COSAS

CHANEL
COLECCIÓN
HAUTE COUTURE
PRIMAVERA-VERANO 2021

MITOS Y REALIDADES DE LA SEGUNDA OLA
HABLAN LOS EXPERTOS

ANGELA MERKEL
LA PRIMERA DAMA DEL MUNDO

ESPECIAL RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Icíar Díaz
EL COMPROMISO DE LA REINA DEL CARNAVAL CRUCEÑO

The MACALLAN

EST. 1824

—Nuestro Whisky—

EXPLORAR NUESTROS SINGLE MALTS

Cada whisky single malt de Macallan pone de manifiesto el compromiso inigualable con el dominio de la madera y la destilación que hemos adoptado desde 1824.

77321551

Importado y distribuido por:

Elite Brands
Importación & Distribución

www.EliteBrands.com

EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL ES DAÑINO PARA LA SALUD. VENTA PROHIBIDA A MENORES DE 18 AÑOS.

MARRIOTT
BONVOY™

Sea la envidia de sus amigos #Marriottbonvoy

GRAMA DE LEALTAD DEL MUNDO

Beneficios:

- Tarifas especiales para socios
- Obtenga puntos o millas por estadías, consumos o eventos
- Disfrute de noches gratis
- Pague los cargos en el Hotel con puntos
- Realice solicitudes móviles
- Registro de llegada y llave móvil

MARRIOTT
SANTA CRUZ
DE LA SIERRA

ANGELA MERKEL

LA PRIMERA DAMA DEL MUNDO

El pueblo alemán despidió con seis minutos de aplausos desde calles, plazas y balcones a la canciller Angela Merkel, quien luego de 16 años ininterrumpidos en el poder dejó a su país un legado de unión y estabilidad. Enfrentó la crisis financiera del 2008, las amenazas de la disolución de la Unión Europea, la ola de migración hacia Alemania del 2015 y, finalmente, la pandemia mundial del Coronavirus, hechos que respaldan la muy merecida denominación como "la mujer más poderosa e influyente de Europa".

Por Redacción COSAS.

Angela Dorothea Merkel nació en Hamburgo en 1954, entonces Alemania Occidental. Fue hija de un pastor protestante, creció en un ambiente oficialmente ateo y regido por el comunismo, llegando a ser militante de la Juventud Libre Alemana. Estudió Física en la universidad de Leipzig en la que se doctoró el año 1986. No entró a la política sino hasta luego de haber caído el muro de Berlín, logrando un ascenso veloz gracias a su carisma y liderazgo. Ya en el año 1990 fue ministra de Juventud y Familia y, cuatro años más tarde, ministra de Medioambiente y Naturaleza.

LA VIDA PRIVADA DE MERKEL

Se casó con 23 años con el físico Ilrich Merkel, del que aún conserva su apellido a pesar de que el matrimonio durase solo cinco años. Años más tarde obtuvo un doctorado en Química Cuántica bajo la tutela del profesor Joachim Sauer, del que se enamoraría. Más adelante, en 1998, contraen matrimonio dos años antes de comenzar el fulgurante ascenso de la científica dentro del partido Unión Demócrata Cristiana de Alemania; ambos habían sido casados anteriormente.

Conocida por su sencillez y la manera en que rehúye el protagonismo, Angela Merkel, en los casi 16 años de vida pública, ha mostrado un estilo simple y elegante, trajes de chaqueta monocromáticos, un corte de pelo que ha sufrido muy pocas modificaciones con los años, un trato agradable y con las distancias del caso en las cumbres políticas, donde las mujeres eran sin duda la minoría.

Al momento de tomar vacaciones elige su casa de campo en Uckermark, un pueblo rural a casi 100 kilómetros de la capital, donde disfruta de sus grandes pasiones: la cocina y la lectura. En cuanto a su postura hacia el feminismo la predica con el ejemplo. Se sabe que su vida privada se centra en torno a su hogar: vive en una casa alquilada frente al Museo Pérgamo, ya que jamás quiso trasladarse al ático de la Cancillería de Berlín donde vivió su antecesor Gerhard Schröder. No le gusta hacer compras por lo que su esposo es quien las hace. En la cocina su plato estrella es el puré de papas y disfruta del fútbol –es fanática del Borussia Dortmund—, mientras que su marido se deleita con la ópera.

EL LEGADO PARA LA HISTORIA

La popularidad de Angela Merkel durante sus cuatro mandatos marcará un hito en la historia de Alemania y la UE. Se la recordará por sus discursos pausados, su habilidad en la resolución de conflictos y su liderazgo innato en un mundo masculino. Pasará a la historia por haber vencido muchas batallas, la última, la más difícil, la pandemia ocasionada por el coronavirus.■

GRACIAS A LA CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES,

SEGUIMOS AVANZANDO

APOSTAMOS POR BOLIVIA APORTANDO NUESTRO GRANITO DE ARENA AL FACILITAR HERRAMIENTAS ADECUADAS PARA QUE PROFESIONALES DE LA GASTRONOMÍA Y LAVANDERÍA PUEDAN INNOVAR Y GENERAR GRAN VALOR A SUS NEGOCIOS.

LOS SATIFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES NOS MOTIVA A SEGUIR EN EL CAMINO EN EL QUE ESTAMOS.

¡ESTE 2021 VAMOS POR MÁS!

"La atención, la guía en la selección de equipos y el servicio post-venta han sido realmente de alto nivel. Cuando nos reunimos con ellos para evaluar proyectos, nos sentimos como en casa, los recomendamos al 100%"
- Pollos Kiky/ Marco Silva (Chef Ejecutivo)

"Con el apoyo de Eximbol logramos efectivizar y modernizar muchos procesos gastronómicos del hotel"
- Los Tajibos Hotel/ Pedro Navarro

"Eximbol nos ha brindado asesoramiento directo proporcionando tecnología de última generación y ayudando a mejorar nuestros procesos, optimizar recursos y contribuyendo a la estandarización"
- Brasargent/ Rolando Quiroga

Eximbol

56

DESTACADOS

FEBRERO DE 2021

Especial
Responsabilidad
Social Empresarial

24

60

22

22

64

18

ICÍAR DÍAZ 14
El reinado solidario

MITOS Y REALIDADES DE LA SEGUNDA OLA 18
Hablan los expertos

KRISTEN STEWART COMO LADY DI 22
Un vistazo a su primera foto

ESPECIAL RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL 24
Conoce los programas de las empresas líderes del país

CHANEL 56
Colección Haute Couture Primavera-Verano 2021

GUSTAVO AÑEZ 60
1750, desde Samaipata para el mundo

DEMI MOORE 64
La polémica de los retoques estéticos

REFRESCA TU DÍA CON...

Lipton

DISTRIBUIDOR PARA BOLIVIA

Fragance

Telf.: (591-3) 336-8282
E-mail: gerencia@fragancebolivia.com

¡BÚSCALO EN TU SUPERMERCADO Y/O FARMACIA FAVORITA!

COSAS
UNA REVISTA INTERNACIONAL

FUNDADA EN 1999
NIT Nº 122617024
DEPÓSITO LEGAL Nº 4-3-65-03

Directora
Carla Tejerina de Cabezas

Editora Ana Sofía Cabezas

Periodista María José Parejas

Colaboradores Pablo Manzoni
Quito Velasco
Carmen Luz Calvo
Gastón Serrano

Departamento de Arte Beatriz Aquino

Fotografía Alejandra Reznicek
Pablo Manzoni
Julio Gonzalez

EDITORA Y PROYECTOS S.A.

Gerente Regional Santa Cruz Claudia Pommier
cpommier@cosas.com

Revista "COSAS" editada por Editora y Proyectos S.A. Calacoto calle 23, Torre Empresarial Titanium
Of. 102
Telf: 2150191
Casilla: 9858
La Paz
Paseo Comercial "El Chuubi" Nº34
Equipetrol Telf: 3145205
Santa Cruz

Pre -Impresión digital e Impresión SPC Impresores s.a.

Representante Legal Orlando Cabezas

Editora Internacional Soledad Miranda Ibarra

Bureau en Nueva York Manuel Santelices Iturriaga

Corresponsales:
Nueva York: Francisca Reyes C.
Hollywood: Yenny Nun
Londres: Loreto Herman
Nathalie Malinarich
Madrid: Carlos Kieffer
París: Andrea Desormeaux
Copenhague: Tatiana Ramírez
Zurich: Paula Amunátegui
Buenos Aires Claudia Echeverría
Mar del Plata: Verónica Foxley Detmer

Servicios informativos exclusivos Agencias: Gamma Presse, Angeli, Sipa Press, Europa Press, Camera Press, Serpesa S.A.

Publicaciones: Newsweek, Paris Match, Gente, Noticias, Tribuna de Actualidad.

EDICIONES INTERNACIONALES

"Cosas" Chile Directora Mónica Comandari Kaiser

"Cosas" Perú Directora Elizabeth Dulanto de Miró Quesada

"Cosas" Ecuador Directora Claudia Gonzáles

"Cosas" México Directora Arlenne Muñoz Vilchis

Suscripciones: 2150191 - 3145205
www.cosas.bo / Email: revistacosas@cosas.com

BOLIVIA: 20 Bs.

Prohibida toda reproducción total o parcial del contenido de esta revista.

¡Estamos preparados!

+	NUEVOS PROTOCOLOS DE SEGURIDAD
+	MAYOR FLEXIBILIDAD EN CAMBIOS
+	LA FLOTA MÁS MODERNA Y EFICIENTE
+	Y SIEMPRE LOS MEJORES PRECIOS

AirEuropa SKYTEAM

Tú decides

ATT
AUTORIDAD DE REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN DE TELECOMUNICACIONES Y TRANSPORTES

COSAS DE FAMOSOS

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock.

Rebel Wilson

La actriz Rebel Wilson, conocida por su participación en películas como *Notas perfectas* o *Maestras del engaño*, compartió recientemente una experiencia traumática que vivió cuando vacacionaba por Mozambique, hace unos años, junto a un grupo de amigas. En un programa documental, la joven actriz explicó que fueron retenidas por un grupo de hombres armados, que las mantuvieron secuestradas durante toda una noche en una casa alejada de las ciudades. "Atravesábamos una zona rural de Mozambique en un camión de transporte de ganado. De repente, nos dio alcance otro camión lleno de hombres con armas. Pararon a nuestro lado y nos obligaron a bajar del camión", explicó Wilson, quien añadió que, por suerte, fueron liberadas al día siguiente. La actriz finalizó compartiendo diferentes teorías sobre el motivo detrás del secuestro; sin embargo, hasta el momento, ninguna ha sido confirmada.

HACE POCO SHAKIRA HIZO UNA MOVIDA DE NEGOCIO QUE SORPRENDIÓ A MUCHOS Y SE TRATA DE LA VENTA DE LOS DERECHOS DE MÁS DE 140 DE SUS CANCIONES A LA FIRMA DE INVERSIONES HIPGNOSIS SONGS FUND. PERO ¿QUÉ SIGNIFICA ESTO?

Shakira

Shakira es una de las artistas, cantantes y compositoras que mejor ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias musicales y artísticas de cada época. A pesar de que muchos extrañan su trabajo inicial, de composiciones enfocadas en su voz y guitarra, es innegable cuánto hemos disfrutado de melodías de *hits* como *Waka Waka*, *Chantaje* o *La bicicleta*. Hace poco Shakira hizo una movida de negocio que sorprendió a muchos y se trata de la venta de los derechos de más de 140 de sus canciones a la firma de inversiones Hipgnosis Songs Fund. Pero ¿qué significa esto? A pesar de que no se han dado a conocer los detalles del acuerdo, significa que la firma ahora será quien gane dinero a raíz de los ingresos de los intereses, reproducciones y uso de canciones como *Hips Don't Lie*; *Whenever, Wherever; La tortura* y *She Wolf,* entre otras. Por otro lado, la operación se estima millonaria en beneficio de la cantante.

Después de la impactante ceremonia de matrimonio de Nick Jonas y Priyanka Chopra, millones han quedado enamorados con la pareja que, a pesar de tener 10 años de diferencia, ha demostrado compartir una relación muy especial. Los fanáticos han visto al cantante y a la actriz compartir sus pasiones al participar en los videoclips de las recientes canciones de los Jonas Brothers y en las redes sociales. Pero lo que más ha sorprendido ha sido el anuncio de una noticia muy alegre, pues Nick, en una entrevista para *E-News,* aseguró que él y su esposa están listos para formar una numerosa familia. Seguramente, muy pronto recibiremos noticias de que el clan Jonas se expanderá.

Priyanka Chopra y Nick Jonas

Durante la última década hemos podido seguir, paso a paso, la alocada y polémica vida del clan Kardashian a través de su *reality show* Keeping Up With The Kardashians; sin embargo, ya han terminado de filmar la última temporada. A pesar de que muchos sienten que se perderán los detalles de las vidas de las estrellas, seguramente podrán seguir sus pasos a través de las redes sociales. Kylie Jenner, la menor de la familia, ya ha tomado el paso de compartir sus rutinas diarias, de trabajo y aventuras en su cuenta de YouTube, alejándose, a la vez, del *show* televisivo en el que sus hermanas mayores habían tomado protagonismo. Un rumor que recientemente se ha propagado —a modo de especulación basada en posteos de fotos semejantes que los sitúan juntos, piropos mutuos y un posible fondo de pantalla— es la nueva pareja de Kourtney: Travis Barker. Se trata de un músico e integrante de la banda de rock, Blink-182.

Selena Gómez

Gigi Hadid

UN RUMOR QUE RECIENTEMENTE SE HA PROPAGADO ES LA NUEVA PAREJA DE KOURTNEY: TRAVIS BARKER. SE TRATA DEL BATERISTA DE LA BANDA DE ROCK, BLINK-182.

Uno de los misterios más grandes del mundo de las celebridades, desde que inició la pandemia, ha sido la llegada de la bebé de Gigi Hadid y Zayn Malik. La pareja decidió mantener varios aspectos de esta etapa de su vida en lo privado; sin embargo, han compartido los momentos más felices por sus redes sociales. Todos recordamos cuando anunciaron el embarazo y el nacimiento de su bebé a través de tiernas fotos en Instagram, pero ahora han develado un detalle más: el nombre de su hija. ¿Cómo lo hicieron? La modelo cambió su descripción en su biografía de Instagram a "mamá de Kahi".

Kourtney Kardashian

Selena Gómez lo puede todo. La estrella ha demostrado tener muchos talentos en los últimos años. Además de cantar, bailar y actuar, Gómez ha utilizado el tiempo libre que le dio la pandemia para crear un show de cocina, transmitido por HBO Max. En él la joven prueba nuevas recetas junto a grandes cocineros quienes le indican cómo preparar diferentes platos; por supuesto, mediante videoconferencias. Recientemente también ha demostrado que tiene un lado emprendedor al lanzar al mercado su línea de maquillaje llamada Rare Beauty, que ha recibido muy buenas reseñas por parte de expertos. Finalmente, Selena ha iniciado el 2021 con una gran sorpresa: música en español. Con motivo de homenajear sus raíces mexicanas, la cantante ha decidido crear su primer EP en el idioma de sus abuelos, presentando dos exitosos sencillos llamados *Baila conmigo* y *De una vez*. ■

ICÍAR DÍAZ

EL REINADO SOLIDARIO

La reina del Carnaval cruceño 2021 es una ciudadana del mundo que ha hecho suyo cada país y cada destino en el que vivió. Conoció grandes capitales pero se enamoró de los rincones más alejados del oriente boliviano donde, hoy, junto a la comparsa coronadora Los Piltrafas, desea poner un granito de arena por su gente, su cultura y sus necesidades. Entre la música y el canto, el modelaje y el reinado, Icíar es una mujer agradecida con la vida. Ante la decisión de cancelar el Carnaval por la pandemia asegura que ya habrá tiempo de celebrar y, mientras tanto, convoca a ser solidarios con quien lo necesita y a que cuidemos lo más valioso que tenemos, nuestra vida.

Por Redacción COSAS/ Fotos y producción por Julio Gonzalez.

Icíar vivió su infancia entre Inglaterra, España y Brasil, gracias a lo que habla fluidamente varios idiomas. Finalizó el colegio en San Ignacio de Velasco, Santa Cruz, tierra que vio nacer a su madre y que les permitió estrechar lazos familiares, ya que el trabajo de su padre, en una empresa maderera, fluctuaba entre Bolivia y Brasil. Fue entonces que, para evitar que la familia pase tanto tiempo en las carreteras, ella junto a su madre y su hermana prefirieron sentar bases en la zona productora y echar raíces en en el oriente boliviano.

Una vez que obtuvo su bachillerato se trasladó a Santa Cruz de la Sierra donde estudió Comunicación en la Universidad NUR. Se graduó con excelencia y continuó una maestría en Comercio Electrónico y Marketing Digital en la Universidad de Barcelona.

La música fue parte de su vida desde siempre; a los 16 años empezó a tomar clases de técnica vocal y a los 18 fue parte del elenco de Chaplin Show donde participó por dos temporadas; paralelamente —a manera de complementar su faceta artística— tomó clases con Salvador Madrid quien la ayudó a perfeccionarse en el área del modelaje. Más adelante lanzó su primera canción: Cumbia lenta, junto a Fabio Zambrana.

En 2016 Icíar fue reina de la agrupación Curomechaca, a la que pertenecen sus padres; tiempo más tarde fue reina de la Expobelleza y, en 2017, reina de los Flojonazos, que fueron coronadores el 2019.

"Desde entonces hasta hoy, ha sido un camino de mucho trabajo, de mucho sacrificio, de mucho amor, de estudios y una combinación con mis sueños", asegura la reina del Carnaval, quien actualmente —luego del éxito tras el lanzamiento de su Cumbia lenta—, se encuentra enfocada en un proyecto artístico con dos productores de renombre en Brasil, uno de ellos ganador de un premio Grammy, que trabajan con artistas ampliamente reconocidos, como Eduardo Costa y Leonardo.

REINADO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

"[Este reinado] es, fue y será para mí el recuerdo de un gran desafío. Al comienzo hubo muchos momentos difíciles porque se malinterpretó nuestra intención y la causa que nos motivó, lo que realmente nos afectó muchísimo, porque cuando haces algo sin mala intención, duele que juzguen sin saber" comparte Icíar quien confiesa haber enfrentado una situación en la que sentía que todo estaba en su contra.

Fueron tiempos en los que se vivieron condiciones distintas, lejos de las normales, donde, no solamente ella, sino las personas que trabajan en la comparsa expusieron sus vidas y su salud. Asimismo, el lograr el apoyo de empresa solidarias tuvo varios tropiezos por la pandemia, es por ello que este año a diferencia de otros Carnavales no se contó con un auspiciador oficial.

"Hemos hecho todo a puro pulmón, con el apoyo de empresas pequeñas, con aportes en productos, con donaciones que se fueron sumando poco a poco a la causa". Explica que "gracias a Dios el apoyo fue creciendo, se nos unió el Ministerio de Defensa, las Fuerzas Armadas, la Gobernación, pero al inicio fue muy duro, nos sentíamos muy solos".

La soberana del Carnaval 2021 asegura sentirse honrada de que Dios le haya permitido ser la voz, junto a los Piltrafas, de un movimiento cien por ciento al servicio de la sociedad, de un movimiento que quiere cambiar de alguna forma el enfoque tradicional de un coronador en la historia del carnaval: "para mí este momento lo puedo definir como un honor, como el privilegio de servir".

UN CARNAVAL SIN FESTEJO

Icíar, al referirse a la suspensión de la tradicional celebración del Carnaval en Santa Cruz el 2021, asegura que es lo correcto "me parece que es lo adecuado, es lo más sabio". Se trata de un Carnaval diferente: uno solidario. La fiesta de la ayuda social

y en este sentido la reina transmite gran entusiasmo por las labores realizadas y las planificadas a futuro. Hace un llamado a la población a acatar las resoluciones de la Gobernación y la Alcaldía y a quedarse en casa, “debemos evitar reunirnos con personas en la medida de lo posible, tenemos que cuidar mucho nuestra salud, no es momento de festejar, ya habrá mucho tiempo en la vida para poder celebrar muchas cosas pero para poder hacerlo debemos cuidarnos también” complementa.

EL ROL DE UNA REINA DESDE LA MIRADA DE ICÍAR

“Cualquier persona que tenga una voz y que pueda ser escuchada debe utilizarla con un propósito, con una intención de crear un impacto positivo”, Icíar reflexiona así acerca de su rol. Explica que en tiempos como los que estamos viviendo se necesita una voz de amor y esperanza que ayude a crear conciencia y sensibilizar a las personas.

“La vida es la suma de los momentos en que has puesto en juego la capacidad que tienes de servir, de ayudar a los demás, de dejar huella, de dar amor, porque el resto es efímero y lo único que queda fue lo que pudiste dar”, su mensaje para Bolivia hoy es: “son tiempos difíciles pero vamos a salir de esto, todo va a pasar. El pueblo boliviano es fuerte, unido y fraterno y ahora es cuando más debemos serlo, con la seguridad de que una vez que pase la tormenta volveremos a celebrar la vida”. ■

¿LOS CONOCES TODOS?
SÓLO TIENES QUE LLAMARNOS
Y ASEGURARTE DE TENER SIEMPRE,
TU BODEGA LLENA

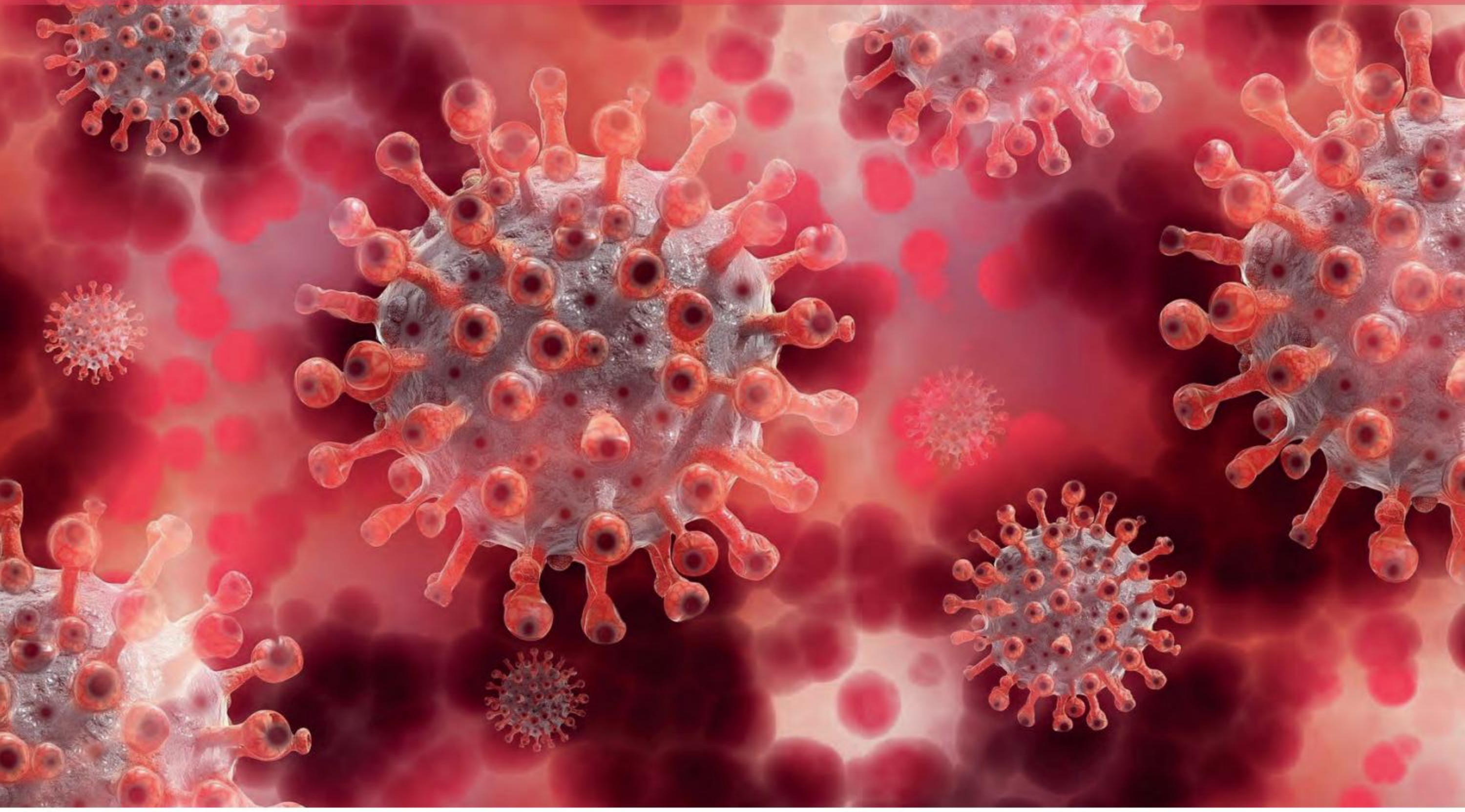
concepto placer
Boutique Vinos y más

ALMA NEGRA

PEDIDOS A NIVEL NACIONAL
CALLE 20 NO. 7717-B CALACOTO TELÉFONOS: +591 70122121 / 60166319 @CONCEPTOPLACERBOLIVIA VENTAS@ISG.COM.BO LA PAZ - BOLIVIA

MITOS Y REALIDADES DE LA SEGUNDA OLA DEL COVID-19

HABLAN LOS EXPERTOS



Médicos y profesionales del sector de laboratorios y seguros en Bolivia hablan de cómo enfrentar la pandemia. Explican las ventajas de la vacunación, hacen referencia a los protocolos que se utilizan actualmente y alertan a la población sobre el peligro de la automedicación. Aunque avizoran un descenso en la curva de contagios, recomiendan una vez más el distanciamiento social, el uso de barbijos y el permanente lavado de manos.

En marzo de 2020, cuando la revista COSAS realizó la primera charla sobre "Mitos y Realidades del COVID-19" no imaginábamos que casi un año después estaríamos atravesando una segunda ola y que persistirían las dudas y preguntas sobre este virus que se ha llevado millones de vidas en el mundo entero.

José Luis Camacho, presidente del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida; María Reneé Centellas, gerente general de Laboratorios BAGÓ; Esteban Foianini, director general de la Clínica Foianini; y Hugo Tejerina, jefe del servicio de Neonatología y Terapia Intensiva Neonatal del Hospital de la Mujer, en una conferencia digital, abordaron temas de gran interés que resumimos a continuación:

EL DEBATE DE LOS MEDICAMENTOS

Respecto de los corticoides (dexametasona) —que estuvieron en debate al principio de la pandemia—, la experiencia del Dr. Foianini y el sustento científico del estudio británico Recovery concluyen que el uso de este medicamento en pacientes que requieren oxígeno o ventilación mecánica disminuye el índice de mortalidad. En el estudio Recovery, dexametasona no redujo la mortalidad en los pacientes sin requerimiento de oxigeno suplementario.

En personas que presenten síntomas y tienen una disminución de oxígeno se recomienda el uso de oxígeno suplementario y la pronación. El valor de saturación de oxígeno utilizado, varía entre pacientes y depende de la edad, peso (pacientes obesos), enfermedades de base y el estado general. Pronación consiste en recostarse boca abajo y se ha demostrado que en algunos pacientes pronarse hace que mejore la saturación de oxígeno en sangre.

Sobre los anticoagulantes (enoxaparina), estudios muestran que en algunos pacientes —por el mismo proceso inflamatorio de la COVID-19— se empieza a formar coágulos; sin embargo, asevera el doctor Foianini, esta medicación, al igual que la dexametasona, debe ser administrada a pacientes hospitalizados y no así medicarse en casa sin supervisión médica, ya que pueden tener efectos adversos.

El Remdesivir no ha demostrado disminuir la mortalidad, pero sí el tiempo de hospitalización en los pacientes con evidencia de infección por COVID en las vías aéreas inferiores. Este es el motivo que fue autorizado por la FDA.

Por otra parte, el uso de plasma de convaleciente no ha demostrado bajar el índice de mortalidad. Los riesgos de dar plasma son bajos, pero pueden ser severos. Hoy en día, se recomienda que el plasma de convaleciente sea utilizado únicamente dentro de un ensayo clínico.

Como conclusión, todo paciente con síntomas de COVID-19 debe ser evaluado por un médico. La decisión de recibir medicación debe ser individualizada ya que existen variables de edad, peso y antecedentes clínicos que hacen que la medicación varíe en cada caso. No hay una receta que sirva para todos los pacientes, el tratamiento debe ser individualizado. Es prudente realizar la atención en un Hospital o Clínica a pacientes que requieren alguno de los medicamentos mencionados, oxígeno suplementario, o aquellos pacientes de mayor riesgo basado en su edad o enfermedades de base.

PRUEBAS DE LABORATORIO

Las pruebas más conocidas son: la PCR, que detecta el genoma del virus y se realiza a través de una muestra nasal orofaríngea y saliva que, de acuerdo al doctor Tejerina, puede dar falsos negativos debido a una mala toma de muestra o a que la prueba se realizó en una etapa muy temprana del contagio.

El antígeno, que detecta la proteína del virus, es una prueba nasofaríngea que necesita una carga viral alta o tener síntomas de la enfermedad, tiene una sensibilidad moderada y alta especificidad.

La serología, en la que no se puede correlacionar el estado inmunitario y solo indica si la persona estuvo infectada.

Elisa y Clia, que se hacen a través del suero del plasma, tiene una alta especificidad y sensibilidad. Finalmente, la Inmunocromotografía que son pruebas a través de sangre capilar, que tiene sensibilidad y especificidad moderada.

LAS VACUNAS Y LA IMPORTANCIA DE VACUNARSE

A nivel mundial se lanzaron al mercado las siguientes vacunas:

- Pfizer/BioNTech, producida por EE. UU. y Alemania, su eficacia es del 95%, ha completado la tercera fase y consta de dos dosis aplicadas en el lapso de 21 días.
- Moderna, empresa norteamericana con sede en Inglaterra, tiene una eficacia del 94.1%, ha completado la tercera fase y son dos dosis aplicadas en un lapso de 28 días.
- Oxford AstraZeneca cuyo origen es el Reino Unido, con una eficacia del 62%, ha completado la fase tres y consta de dos dosis.
- Sinovac/Biotech, industria china, tiene eficacia del 91%, su estudio aún se encuentra en la fase tres y consta de dos dosis.
- Janssen/Johnson & Jhonson, no se conoce su eficacia. Ha completado la segunda fase y se espera que pronto inicie la tercera. Se necesita una sola dosis.
- CanSino/Biologics, originada en China y Canadá, su estudio está en fase tres y consta de una sola dosis.
- Gamaleya/Spunik V. La prestigiosa revista médica británica The Lancet publicó resultados que avalan la eficacia y seguridad de esta vacuna rusa que tiene una eficacia del 91%, se encuentra en la tercera fase y se aplica en dos dosis.

El Dr. Tejerina explica que para que la humanidad consiga inmunidad es necesario que el 80% de la población haya sido vacunada, aun así el virus seguirá presente por muchos años por lo que es primordial que se tome conciencia de la necesidad de vacunarse para que en un futuro próximo podamos vencer al virus.

SEGUROS EN TIEMPOS DE COVID- 19

José Luis Camacho Miserendino explica que —desde la perspectiva de Nacional Seguros que es parte del sector asegurador privado—la prioridad en esta pandemia estuvo enfocada en sus clientes que suman alrededor de un millón de asegurados quienes, a través de canales de atención digitales y telemedicina, pudieron ser rápidamente atendidos.

Como Nacional Seguros, explica, lograron sacar al mercado un producto innovador: Covid Plus, que complementa el seguro de salud. Por otra parte, comparte que los seguros de vida ya incluyen el tema de muerte por cualquier causa, sin embargo a esto se adicionó el seguro COVID para cubrir los gastos de salud y hospitalarios.

Explicó la necesidad de una alianza entre el sector público y privado en Bolivia a corto plazo en miras a una reforma a la salud y a la seguridad social, ya que no se puede permanecer indiferente ante fallas que se evidenciaron en la actual coyuntura.

Es necesario, según este experto en la materia, generar "zonas de inclusión en salud popular" que permitan beneficiar, desde el sector público y privado, a la población en general. Asimismo impulsar la ley de telemedicina y la ley de seguros prepago que permita beneficiar a un segmento más bajo para así lograr democratizar la medicina.

LOS LABORATORIOS: COMPROMETIDOS CON LA POBLACIÓN

El rol de los laboratorios fue crucial en tiempos de pandemia. María Reneé Centellas comenta que el compromiso de BAGÓ con la sociedad partió con un estricto protocolo de bioseguridad dentro de sus oficinas, su planta y almacenes, cuidando la cadena de distribución que pasa por farmacias, hospitales e instituciones de salud hasta llegar al paciente. A todo esto se suma la plataforma e-commerce a través de la cual se podía hacer pedidos 24/7 para todos los departamentos del país.

La doctora Centellas expresó la importancia de la regulación de precios de los medicamentos, a fin de evitar especulaciones y venta de productos que no estén dentro de la normativa o no cumplan con las condiciones para el consumo de los pacientes: "Es necesario no automedicarse, seguir protocolos de bioseguridad, no asustarse ni mal informarse, tener una buena alimentación y hacer ejercicio y, finalmente, no adquirir medicamentos en establecimientos no autorizados".

Desde BAGÓ, la doctora Centellas asegura que los laboratorios seguirán al servicio de la población, abasteciendo de los medicamentos necesarios y precautelando la vida y salud de los bolivianos. ■

HP medical
Equipos e insumos para la salud

¿CÓMO ESTAR PREPARADO PARA LA PANDEMIA?

En las circunstancias actuales es importante tener información de calidad, motivo por el cual el Dr. José Luis Prieto Jemio comparte con COSAS cuáles son las herramientas médicas que se deben tener en casa para responder de manera eficaz y rápida en caso de una complicación o situación crítica.

El doctor José Luis Prieto Jemio cuenta con una larga trayectoria académica y profesional que inicia tras sus estudios de Medicina y posterior especialización en Cardiología, Medicina Crítica y Terapia Intensiva con mención en cirugía cardíaca y trasplante cardíaco. Es presidente, director y miembro de reconocidas sociedades y centros educativos.

¿Qué dispositivos médicos recomienda tener en casa, de manera básica y preventiva, en tiempos de pandemia? ¿Cuál es su función?

Se recomienda tener los siguientes dispositivos de fácil uso y manejo.

Oxímetro: detecta la saturación de oxígeno en la hemoglobina de los glóbulos rojos.

Termómetro: controla la temperatura corporal, existen los antiguos de columna de mercurio y los digitales que leen a distancia.

Tensiómetro: controla la presión arterial. Actualmente digitalizados, automáticos, consta de un manguito de presión que rodea el antebrazo y se insufla automáticamente, para dar el resultado de presión sistólica, presión diastólica y pulso.

Glucómetro: determina, con una muestra de sangre, el nivel de glucosa sanguínea.

Nebulizador: administra nebulizaciones de agua o medicación mediante la inhalación de su condensado, que actúa a nivel bronquial.

En caso de saturación de las unidades críticas, ¿con qué equipos podemos ayudar a los pacientes sin posibilidad de hospitalización? ¿Cuál es su función y en qué caso se usa cada uno de ellos?

La insuficiencia respiratoria lesiona la principal función de nuestro pulmón que es oxigenar nuestra sangre a través del sistema circulatorio. Cuando existe hipoxia (baja del oxígeno) se utilizan desde puntas nasales hasta mascarillas con reservorio, conectadas a una fuente de oxígeno. Puede, en situación de rescate, utilizarse sistemas de ventilación no invasiva como el CPAP (dispositivo de presión positiva continua en las vías respiratorias) y el BiPAP (dispositivo de presión positiva de dos niveles en las vías respiratorias) que ofrecen un flujo de aire a presión positiva, que se puede enriquecer con oxígeno y suministrarlo en bajo flujo (de 5 a 10 lt/min, según el equipo).

¿Qué se debe tomar en cuenta a la hora de adquirir un equipo médico para el cuidado de los pacientes, ya sea en casa o en una clínica u hospital?

Cuando se adquiere un equipo médico, para cualquier ambiente, hospitalario o domiciliario, tenemos que poder contar con tres puntos importantes y estos son: servicio técnico con atención de emergencias, garantía y capacitación. ■

La empresa HP Medical, reconocida por su amplia trayectoria en el rubro de la salud, en el transcurso de este tiempo ha crecido con la visión de brindar servicios y soluciones integrales como las mencionadas anteriormente, ya que cuenta con el área de servicio técnico más grande de Bolivia y una unidad de capacitación para clientes externos e internos denominada HP Academia, cuyo fin es fomentar el aprendizaje continuo. HP Medical es la empresa idónea para poder adquirir productos de salud.

UN VISTAZO A LA PRIMERA FOTO DE

KRISTEN STEWART COMO LADY DI

Spencer, la cinta dirigida por Pablo Larraín, contará uno de los momentos más dolorosos en la vida de Diana: la constatación de que no puede seguir adelante con su matrimonio y la decisión de dejar un futuro como reina para ser ella misma: una Spencer. Kristen Stewart dará vida a la princesa de Gales.

Por Redacción COSAS.

Se dio a conocer la primera foto promocional de la cinta dirigida por el chileno Pablo Larraín. *Spencer* se desarrolla en el año 1991 y sigue a la icónica Lady Di durante un fin de semana. ¿Cuál de todos? Específicamente la Navidad que pasó con la familia real, cuando decide darle fin a su matrimonio con el príncipe Carlos.

Según declaraciones de Stewart, *Spencer* nos dará una perspectiva distinta de la vida de Diana. "*Spencer* es una inmersión dentro de una imaginación emocional de quién era Diana en un punto de inflexión fundamental en su vida", comentó Kristen Stewart a Variety.

"Es una afirmación física de la suma de sus partes, que comienza con su apellido: Spencer. Es un esfuerzo desgarrador por volver en sí misma, […] por aferrarse a lo que el nombre Spencer significa para ella", añadió la actriz de 30 años. El elenco también incluye al previamente nominado Timothy Spall por *Mr. Turner*, Sally Hawkins y Sean Harris.

El proyecto, como comentamos, se encuentra bajo la dirección de Pablo Larraín. El chileno se ha convertido en unos de los exponentes del cine más grande de Latinoamérica de los últimos años. Además, cuenta con experiencia en el género biográfico, tal como lo muestran *Jackie* y *Neruda*. Así, podemos esperar un filme fiel a la vida y experiencia de Diana.

PRIMER VISTAZO

La llegada de la primera imagen ha paralizado las redes sociales. Esta muestra a Kristen Stewart caracterizando a la icónica Lady Di y debemos admitir que el parecido es indiscutible. Rubia, con un maquillaje natural y portando una vestimenta que nos recuerda la elegancia característica de Diana.

Recordemos la polémica que generó la participación de Stewart en la cinta del director chileno. Ahora, con la foto en mano, podemos tranquilamente decir que ha silenciado a las críticas. De esta manera, Kristen está lista para uno de los papeles más sensibles de toda su carrera.

El estreno de la cinta será una especie de homenaje al mito femenino, ya que está planificado para el segundo semestre del 2022, lo cual coincidirá con los 25 años de la trágica muerte de Diana. Su rodaje se llevaría a cabo en Reino Unido y Alemania.■

PUENTE AÉREO

LA PAZ - SANTA CRUZ - LA PAZ

HASTA 14 VUELOS DIARIOS

DESDE

359 Bs

SÓLO IDA

Consulta en tu agencia de viajes favorita

www.amaszonas.com 901 10 5500

amaszonas

LÍNEA AÉREA

LA CLAVE ESTÁ EN MIRAR JUNTOS EL FUTURO

Los programas de Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa en Bolivia incluyen actualmente una visión a futuro que sobrepasa los tradicionales compromisos con el medio ambiente y la comunidad para volcarse hacia un trabajo en el que la tecnología, las alianzas estratégicas y la agilidad en la toma de decisiones se convierten en pilares fundamentales del éxito de muchos proyectos.

La experiencia de gerentes de entidades financieras, aseguradoras e industria permitió a COSAS profundizar sobre los conceptos que se manejan en cuanto a un compromiso social que, a lo largo de los años, permitió la generación de proyectos sostenibles, con un alto impacto en el medio ambiente y con una apuesta en la comunidad y los trabajadores, con modelos de gestión novedosos e innovadores.

A continuación compartimos los puntos más relevantes de las entrevistas de importantes agentes de este cambio con COSAS:

HERNÁN GONZALES

Gerente de Responsabilidad Social del Banco Mercantil Santa Cruz

En el Banco Mercantil Santa Cruz la responsabilidad social forma parte de nuestro ADN, es sostenible en todas nuestras acciones; innovadora, implementando programas que generan oportunidades y cambios reales; inclusiva, sumando actores que aportan mejorando su impacto; recíproca, estableciendo responsabilidades de todos los que participan; resiliente, adaptándose a los cambios; e integral, ya que enfoca tanto la mente como el espíritu. Adicionalmente, apostamos a la intervención asociativa porque a través de la suma de actores el impacto es mayor.

CLAUDIA SAN MARTÍN

Gerente Nacional de Desempeño y Responsabilidad Social del Banco FIE

Para Banco FIE la RSE se relaciona con su identidad y su comportamiento en todos los ámbitos. No se trata de "programas", sino de quiénes somos y cómo actuamos. Entendemos este proceso como un camino que recorremos con la orientación clara en cuanto a nuestra razón de ser: la inclusión financiera y social; la forma en que lo hacemos: la generación de valor para nuestros grupos de interés; y el impacto que buscamos: la sostenibilidad. En esta línea, destacamos dos aspectos esenciales de nuestra actuación empresarial que son nuestro aporte al desarrollo rural y agropecuario a través de los servicios que prestamos, principalmente a la micro y pequeña empresa agropecuaria , bajo el concepto de la búsqueda de agronegocios sostenibles y economía verde; y nuestra visión de una empresa diversa e inclusiva, donde mujeres y hombres desarrollan sus potencialidades en forma plena, construyendo un espacio de transformación vital para las mujeres a través de Marca Magenta.

Nuestra trayectoria de trabajo, enfocada en la inclusión financiera y la generación de valor para nuestros grupos de interés, ratifica el compromiso inquebrantable de orientar nuestras acciones al desarrollo sostenible y a aportar a la construcción de una sociedad más inclusiva y equitativa.

MIGUEL SOLÍS

Gerente de Gestión y Desarrollo Humano, Relaciones Institucionales y Responsabilidad Social Empresarial del BCP

Trabajamos para dar oportunidades. La Responsabilidad Social Empresarial en el BCP está muy vinculada al concepto de sostenibilidad y generación de valor social, desde iniciativas de nuestro negocio tales como el acceso a servicios financieros (Agentes BCP), inclusión con acceso al crédito (Microfinanzas BCP) y educación financiera (Academia de clientes, ABC de la Banca, Foro Pyme) que permiten cumplir el propósito de nuestra organización: dar oportunidades y así cumplir sueños, construir futuros y contribuir con Bolivia.

Asimismo, mantenemos un fuerte compromiso con la comunidad a través de programas de apoyo a la niñez (Operación sonrisa) y conservación del medio ambiente (Plataforma Piensa Verde, Planeta BCP) en el que participa activamente el voluntariado del banco, conformado por más de 1500 personas que trabajan arduamente por estas causas que permiten construir una mejor Bolivia para todos.

NADIA EID MELGAR

Gerente de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Nacional Seguros (NAVI)

La Responsabilidad Social Empresarial en Nacional Vida y Salud es ya una filosofía de vida, una transversal a toda la estructura organizacional. El compromiso con nuestros públicos de interés (colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, entes reguladores, entre otros) y, más allá, con la sociedad, de nuestro presidente así como de todo el equipo humano de NAVI, es contundente. Nos guía el mandato de gestionar mejores oportunidades, condiciones y bienestar; especialmente en el campo de la salud, educación, deportes y desarrollo social en toda Bolivia. Priorizamos a los segmentos más vulnerables: niños y jóvenes, contando para ellos con el apoyo de nuestro equipo humano y aliados estratégicos.

IBO BLAZICEVIC

Director de Asuntos Corporativos de la Cervecería Boliviana Nacional

La Responsabilidad Social Empresarial es un compromiso voluntario de las empresas con su comunidad en el sentido más amplio. Implica incorporar en su visión las necesidades de la población y trabajar en la dimensión medioambiental y de ciudadanía corporativa como los aspectos más importantes.

Es fundamental generar aportes usando las fortalezas de la empresa, enfocándose en las comunidades que la hospedan en primera instancia. Las intervenciones tienen que mantener una visión de sostenibilidad en el tiempo y deben ser siempre participativas. ■

MINERA SAN CRISTÓBAL S.A.

SALUD Y PRODUCCIÓN: LOS RETOS DE MINERA SAN CRISTÓBAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Trabajar y producir es una prioridad, pero ahora con la primordial responsabilidad de adoptar y ejecutar políticas de seguridad sanitaria frente a la Covid-19

Una empresa de clase mundial como Minera San Cristóbal S.A. (MSC) que se precia por estar comprometida con el desarrollo sostenible, encara en la actualidad sus actividades productivas con mayor énfasis en la protección de la salud y la vida de las personas, así como con el respeto al medio ambiente, al compromiso social y a la promoción de los derechos humanos.

Al haber introducido la visión del desarrollo sostenible en sus principios, valores y actividades, MSC ha logrado impactar positivamente en el desarrollo local, departamental y nacional, en lo económico, social y cultural.

PROTECCIÓN DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES ANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19

Con un decidido enfoque preventivo, apenas se presentaron los primeros casos de Covid-19, MSC ya se encontraba desarrollando sus actividades productivas en el marco de la protección a la salud y a la seguridad de los trabajadores, sus familias y las comunidades en su área de influencia directa, contando con la certificación NB 512001 -Gestión de Empresa Saludable- , así como con otras certificaciones.

Con el protocolo de bioseguridad *"Procedimientos preventivos y de intervención en salud para operaciones seguras en Minera San Cristóbal durante la pandemia de Coronavirus Covid-19"*, se encaró la estrategia de reducción de riesgos de contagios

en el área de operaciones, así como la oportuna identificación de casos en las familias y comunidades, fortaleciendo de esta manera los servicios de diagnóstico y tratamiento.

PROMOVIENDO LA IGUALDAD

El acceso a los medios de protección de la salud y los servicios de atención de casos de Covid-19 se maneja sobre la base del principio de igualdad para trabajadores de la empresa y para contratistas.

Más allá de las responsabilidades administrativas adoptadas debido a la emergencia de la pandemia se ha logrado crear un entorno de protección y confianza con mayor seguridad, solidaridad y compromiso.

BRIGADAS DE CONTROL EPIDEMIOLÓGICO

La conformación de brigadas epidemiológicas, tanto en ciudades como en el área de operaciones, ha facilitado una gran movilización en la búsqueda activa de casos, lo que ha producido buenos resultados al momento de detectar oportunamente casos positivos de COVID-19. Cerca del 88 por ciento de los casos identificados han sido asintomáticos, el diez por ciento en fase temprana y solo el dos por ciento en niveles avanzados de la enfermedad.

En todos los casos, las acciones han ido más allá del trabajador y su familia directa. Las características de la enfermedad y su severidad, han dado lugar a extender la atención a su entorno más cercano, es decir, a un progresivo mayor número de personas no involucradas directamente con la empresa.

CONTENCIÓN EMOCIONAL

La incorporación de un grupo de psicólogos en el desarrollo de un programa de "contención emocional", ha permitido que con el uso de medios digitales y redes sociales se brinde apoyo y orientación en momentos críticos y de ansiedad generados por la pandemia, por los efectos devastadores que esta puede provocar en el entorno familiar y en la propia sociedad.

DESARROLLO DE LA RED DE SERVICIOS DE SALUD PARA MANEJO DE CASOS COVID-19

Desde el punto de vista de los servicios de salud, para casos moderados y graves, se estableció una red de centros COVID-19 con la instalación de unidades de terapia intermedia e intensiva, incluyendo unidades en el área de operaciones, todo ello complementado con una red de ambulancias para el traslado de pacientes críticos.

Se fortaleció el Centro de Salud Integral Toldos para el manejo de casos críticos dentro de la operación, con la dotación de medicamentos necesarios, y con equipamiento especial compuesto por ventiladores mecánicos, material para el manejo de vía aérea avanzada (intubación), diez generadores de oxígeno, diez nuevos tubos para oxígeno medicinal, mascarillas, termómetros infrarrojos y oxímetros de pulso. Adicionalmente se fortalecieron los recursos humanos con la incorporación de quince profesionales de salud para la conformación de brigadas COVID en los

dos turnos de trabajo en el campamento.

Se establecieron áreas de aislamiento de casos COVID-19 en el campamento, con capacidad para 50 personas, bajo el monitoreo diario por parte del personal de salud.

Actualmente se cuenta con más de 26 unidades de terapia intermedia e intensiva, y aproximadamente 100 camas de internación para casos moderados.

COOPERACIÓN SOLIDARIA

"Cooperando en pandemia". Así fue como se denominó al eje de apoyo que se brindó a personas, familias, comunidades e instituciones para acceder a medios de diagnóstico y tratamiento,

así como a servicios preventivos y asistenciales en los casos que presentaban limitaciones de distintas características. Se donaron equipos para terapia intensiva y material de bioseguridad, se facilitó y subsidió la atención de casos graves de personas sin cobertura de atención, se aplicaron pruebas de diagnóstico masivo en comunidades y en las ciudades se amplió la atención a personas no relacionadas directamente con la empresa.

EL FUTURO DE LA PANDEMIA EN MINERA SAN CRISTÓBAL

El curso de la evolución de la pandemia permite vislumbrar que su intensidad y severidad persistirán al menos a lo largo del 2021, panorama que exige continuar aplicando nuestro modelo, en la búsqueda de un equilibrio permanente entre salud y producción, evitando que el producir ponga en riesgo la salud y la vida de los trabajadores, sus familias y la población de las comunidades.

Al haberse iniciado procesos de vacunación contra la COVID-19 en una gran cantidad de países del mundo, incluido el nuestro, MSC tiene contemplado en el mediano plazo, beneficiar a la población trabajadora y a sus familias con este fundamental instrumento de protección, objetivo para el que se encuentra preparando todas la condiciones técnicas y logísticas, a la espera de la disponibilidad de vacunas en el mercado nacional y la autorización para su comercialización abierta en el país.

CIFRAS

- Aproximadamente dos mil litros mensuales de alcohol son utilizados en la desinfección de personas, de los interiores de automotores y de distintos equipos y materiales de utilización cotidiana.
- Se distribuye diariamente material de bioseguridad en base a la adquisición de 250.000 barbijos quirúrgicos, junto con otro material dispuesto según el tipo de tareas que desarrolla cada trabajador de MSC.
- Se han realizado 27.300 controles médicos al 31 de enero de 2021.
- Se han practicado cerca de 2.100 controles médicos a transportistas y se han emprendido otras acciones orientadas a la identificación oportuna de casos.
- Hasta la fecha se han realizado más de 30 rastrillajes epidemiológicos, con la cobertura aproximada de 5.000 personas, con una frecuencia de más de dos controles por cada una de ellas, desde marzo de 2020, momento en que llegó la pandemia a nuestro país. ■

QUIÉN ES EL PRESIDENTE DE MINERA SAN CRISTÓBAL

Takashi Onda
Presidente
Minera San Cristóbal S.A.

Takashi Onda, economista de profesión, es el Presidente de Minera San Cristóbal S.A (MSC), la empresa minera más grande de Bolivia que tiene bajo su responsabilidad y experiencia, una gran operación a cielo abierto de zinc, plomo y plata.
En su carrera profesional, Takashi Onda ha trabajado durante veintiocho años para Sumitomo Corporation, empresa japonesa líder comercial integrada, dedicada a diversos negocios basados en su red global. Ha ejercido su trabajo en varios negocios relacionados con el área minera, sobre zinc, plomo, plata, y cobre. Antes de ser Presidente de MSC, Takashi Onda, se desempeñó como Gerente General del Departamento de Proyectos de Sierra Gorda, Chile, de Sumitomo Corporation.

Sumitomo Corporation

El grupo Sumitomo tiene una larga historia de más de cuatrocientos años de existencia, especialmente dedicada a la minería de cobre, desde que en 1690 comenzara a operar una mina en Besshi, Japón. Su principal objetivo empresarial es constituirse en una organización global con capacidad para situarse siempre un paso adelante en el manejo del cambio, crear nuevos valores y contribuir ampliamente con las sociedades y culturas en las que tiene presencia e incidencia. Desde 2009, MSC es cien por ciento subsidiaria de Sumitomo Corporation de Japón.

Responsabilidad Social

BCP, EL BANCO QUE TRABAJA PARA DAR OPORTUNIDADES A LOS BOLIVIANOS

El compromiso del BCP se enfoca a la construcción del futuro del país, la inclusión y educación financiera, el desarrollo tecnológico y la construcción de la mejor experiencia en banca.

El BCP es un banco moderno cuya filosofía lo hace lo menos parecido a un banco. Con una visión orientada hacia la sostenibilidad social y medioambiental conjuga sus programas de RSE con diversas iniciativas que tengan impacto en la banca y favorezcan al desarrollo del país.

Desde su origen, el BCP se ha preocupado por brindar una atención comprometida y esmerada a sus clientes y hoy busca construir la mejor experiencia en banca. Así, sus principales iniciativas de RSE están en el giro de su propio negocio, como los "Agentes BCP", que permiten acceso a servicios financieros bancarios en zonas urbanas, periurbanas e incluso rurales. Asimismo, su trabajo en la inclusión se plasma través del acceso al crédito con Microfinanzas BCP bajo la marca "Sí, vamos juntos" presente en La Paz, El Alto y Oruro.

Su compromiso con la Educación Financiera hacia distintos segmentos se hace efectiva desde la "Academia de clientes BCP", una opción presencial y últimamente virtual con foros y webinars para todos aquellos que deseen conocer más de los productos y canales digitales de servicio, el programa "ABC de la Banca", una creación radiofónica en lenguas nativas y el "Foro Pyme BCP" que -en su versión virtual- convocó en 2020 a más de mil PyMEs para compartir aprendizajes y experiencias.

Todas estas acciones permiten al BCP acercarse a cumplir el propósito de la organización: Dar oportunidades.

Asimismo, el BCP mantiene un fuerte compromiso con la comunidad con programas de apoyo a la niñez como "Operación sonrisa", que en los últimos 15 años ha beneficiado a más de 4.000 familias y que cuenta con la activa participación del voluntariado del banco, conformado por más de 1.500 colaboradores que trabajan arduamente por esta causa.

Su RSE queda completa con su pacto voluntario con la conservación del medioambiente, que ha derivado en varias iniciativas que se realizan desde hace varios años y que implican desde la racionalización de uso de energía, consumo de papel y agua, con la adscripción a la plataforma "Piensa Verde", en el que participa como socio de las principales ONGs de conservación y medioambiente para difundir buenas prácticas y destinar recursos a proyectos sustantivos en esta materia.

Desde siempre, pero con mayor énfasis desde la pandemia, la premisa del banco es estar presente en la vida de sus clientes y usuarios y desarrollar sus capacidades digitales para dar servicio a la comunidad, como la forma idónea para impulsar la economía del país y construir una mejor Bolivia para todos. ■

Puedes creer
Fundación Mercantil Santa Cruz

BANCO MERCANTIL SANTA CRUZ SE DESTACA POR SU COMPROMISO CON LA COMUNIDAD EN SU GESTIÓN DE RSE

El Banco Mercantil Santa Cruz es un referente a nivel nacional en cuanto a la gestión e implementación de Responsabilidad Social Empresarial. Desde hace nueve años, a través de su Fundación "Puedes Creer", viene impulsando diversas iniciativas y programas en beneficio de la comunidad, generando oportunidades y contribuyendo al desarrollo social del país.

"La Responsabilidad Social Empresarial siempre ha sido parte del ADN de nuestro banco y ha ido evolucionando constantemente. Nuestro compromiso con Bolivia no es solamente aportar al desarrollo económico, sino también contribuir con el desarrollo social, logrando un impacto real y permanente en nuestra comunidad a través de nuestros programas sostenibles e innovadores de RSE", afirmó el Gerente de RSE, Hernán Gonzales Daza.

La entidad financiera trabaja de manera sostenible y responsable, generando oportunidades y cambiando vidas a través de sus programas de inclusión social basados en sus pilares de: educación, salud, deporte y medioambiente.

A pesar que el año 2020 fue un año difícil para todos, la Fundación no se detuvo, continuó con la ejecución de sus programas sociales, gracias al aporte del Banco y de todos los Centavoluntarios.

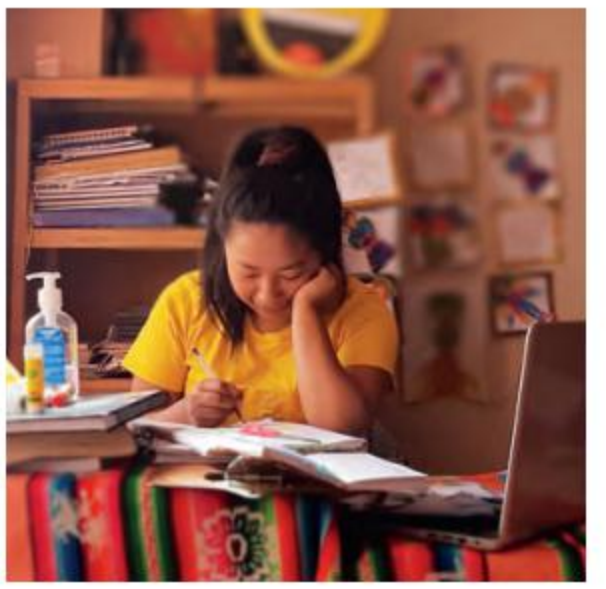
90 jóvenes iniciaron el pasado año su carrera universitaria. El *Programa Becas* benefició a más de 500 jóvenes en situación de vulnerabilidad, de los cuales 185 ya se titularon y 20 de ellos lograron realizar un MBA en el IMF Business School de Madrid, España. Pese a la pandemia, los estudiantes continuaron sus estudios de manera virtual, demostrando así su compromiso y ganas que tienen de convertirse en líderes y protagonistas del cambio.

A través del *Programa Manitos*, se llevó a cabo en la ciudad de Cochabamba la 23° campaña, que fue desarrollada de manera conjunta con la Fundación SOS Mano Bolivia, beneficiando a 35 personas con 81 procedimientos quirúrgicos. A lo largo de los años se llegó a cambiar la vida de 620 personas que sufrían malformaciones congénitas en mano o miembro superior, realizándoles más de 920 cirugías lo que les permitió mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Con el *Programa Entrenando Valores*, en alianza con la Fundación Real Madrid y el Hogar de Niños ALALAY, se reinserta a la sociedad y se da mejores oportunidades de vida a niños entre 6 a 17 años, promoviendo la educación en valores a través del deporte. Durante el año 2020, más de 600 niños y jóvenes se beneficiaron de clases virtuales, llegando a transformar la vida de más de 20.000 niños y jóvenes en total.

Con el *Programa Davosan*, la Fundación contribuye a las damas voluntarias de Davosan en la continuidad del Centro de Hemodiálisis y sus farmacias, colaborando así a miles de personas que sufren de insuficiencia renal. En el año 2020 se llegó a beneficiar a más de 600 pacientes con un total acumulado de 8.500 personas beneficiadas con más de 81.000 hemodiálisis realizadas.

Cabe señalar también la importancia del *Programa Centavoluntarios*, que permite a personas e instituciones solidarias poder sumarse a estos proyectos a través



de sus donaciones, mismas que dan sostenibilidad a los programas ejecutados por la Fundación.

En los meses más difíciles de la pandemia, la Fundación Puedes Creer realizó diferentes aportes a iniciativas solidarias que tenían como objetivo dar esperanza a los que más lo necesitaban. A través de la campaña Unidos por un Respiro se recaudó fondos para la adquisición de equipos de bioseguridad, respiradores, insumos médicos y medicamentos. En total, el Banco Mercantil Santa Cruz hizo un aporte de Bs. 1.250.000.

De igual manera, en el 2020 se firmó un acuerdo entre la Fundación Puedes Creer y el PNUD para trabajar en la recuperación del Bosque Seco Chiquitano después de los incendios en 2019. El aporte de la Fundación es de más de Bs 586.000, monto destinado a la implementación de 11 proyectos ejecutados por cinco instituciones socias, beneficiando a más de 800 hogares presentes en 25 comunidades.

Por otra parte, durante la cuarentena rígida, la entidad financiera realizó una serie de acciones para contribuir al bienestar de sus colaboradores.

Para hacer frente al COVID 19, como primera acción el Banco organizó internamente *Sesiones de bienestar* lideradas por un psicólogo organizacional generando un espacio de escucha y de acompañamiento. La segunda acción fue la entrega de *Canastas Familiares de alimentos* para el personal que tenía que trabajar de manera presencial. La tercera acción fueron *Actividades y Concursos Virtuales* a través de nuestro grupo cerrado de Facebook, con la misión de integrar a toda la familia y a equipos que trabajaban a distancia. La última actividad y no menos importante fue una iniciativa de los propios colaboradores, quienes decidieron subir videos reconociendo el valor de su trabajo y la importancia de su rol en la oficina.

El compromiso con nuestros clientes estuvo más firme que nunca. La pandemia ha demostrado que la digitalización no se detiene, el Banco trabajó arduamente para brindar un mejor servicio de atención en los diferentes canales digitales, poniendo a disposición servicios totalmente en línea, como por ejemplo, apertura de cuentas y solicitud de créditos. Los números son más que satisfactorios, demostrando nuestro compromiso con los clientes y el país en general.

Gracias a las buenas prácticas y a las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, la Calificadora de Riesgo AESA Ratings, en su último informe, evaluó su desempeño con una puntuación de 9,7 puntos sobre 10, lo que equivale a una calificación de R1+, ratificando a la entidad financiera como una institución líder en la gestión social.

De igual manera, el programa "Centavoluntario" fue reconocido por Fintech Américas con el premio País Oro en la categoría Impacto Social. ■

PARA PROTEGER LA VIDA Y SALUD DE LOS BOLIVIANOS

NACIONAL SEGUROS: PIONERA EN SEGUROS Y RSE FRENTE A LA PANDEMIA DE COVID-19

Desde los inicios de la pandemia, Nacional Seguros reafirmó su compromiso con la vida y la salud de los bolivianos, desarrollando un círculo virtuoso de protección que integra productos y servicios innovadores con diversas acciones de Responsabilidad Social para paliar los efectos negativos del Covid-19 en la sociedad.

Así lo explica José Luis Camacho, quien es Presidente del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida, al que pertenecen las compañías bolivianas Nacional Seguros Vida y Salud, Nacional Seguros Patrimoniales y Fianzas, Conecta, Tecorp y Xperience, junto a la aseguradora paraguaya Fénix. Además, el Grupo es accionista de la Clínica Metropolitana de las Américas.

Camacho recuerda que el círculo virtuoso desarrollado por Nacional Seguros combina cinco elementos y busca proteger a los asegurados de la compañía, que suman casi un millón de personas en nuestro país.

"Primero: hemos sido los pioneros en Bolivia en crear y lanzar un seguro específico con cobertura para el Covid, que continúa vigente y recibiendo nuevos asegurados. Segundo: aceleramos nuestro proceso de innovación para ofrecer más y mejores canales digitales de atención y *e-commerce* en respuesta a una situación de emergencia", recuerda Camacho.

"En tercer lugar, desplegamos un plan de protección y *home office* para nuestros colaboradores, además de proveerles todos los insumos de prevención necesarios. Como cuarto elemento, estamos realizando acciones de RSE destinadas a prevenir y

paliar daños ocasionados por la pandemia tanto al interior como hacia afuera de la empresa; y finalmente diseñamos seguros complementarios destinados a cerrar el círculo de protección para nuestros clientes, yendo más allá de los objetivos comerciales", añade.

PRIMER SEGURO PARA EL COVID-19

Nacional Seguros fue la primera aseguradora del país en lanzar un seguro, muy accesible, concebido para proteger a las personas en caso de enfermar con Covid-19. Se trata de "Protección Covid", que ya ha asegurado a más de 45.000 personas contra el Covid-19, con planes muy accesibles de Bs. 50, 60 o 70 por mes.

Por otra parte, pese a que las pandemias están excluidas de las pólizas de los diferentes seguros de salud en el mundo, Nacional Seguros ofreció a sus clientes una cobertura solidaria de USD 2.000 sin aumentar la prima en casos de Covid-19; además de la posibilidad de obtener una cobertura adicional, variable según su plan contratado originalmente.

"Para nosotros fue igualmente prioritario proteger la salud de nuestros colaboradores. Por eso los capacitamos en bioseguridad, aplicamos todos los protocolos correspondientes en nuestras oficinas y, ante la gravedad de la pandemia, pasamos al sistema de home office", recapitula José Luis Camacho.

PRIMEROS *E-COMMERCE* Y DIGITALIZACIÓN

El ejecutivo destaca que "bajo el mismo concepto de reducir riesgos y enfocarnos en el ámbito digital, en Nacional Seguros aceleramos el proceso de innovación de canales comerciales y de asistencia que ya estaban en su fase final de desarrollo, poniendo la tecnología al servicio de la prevención y la protección a nuestros clientes externos e internos profundizando el *contactless* y el *paperless*".

De esta manera, Nacional Seguros fue la primera compañía del rubro en inaugurar una oficina virtual en 2020, donde sus clientes y el público interesado en comprar un seguro "pueden concertar una cita en la que son atendidos en línea, para realizar los trámites o consultas que necesiten sin estar presentes, lo que constituye una alternativa más segura de contactabilidad y asistencia durante la pandemia", indica el ejecutivo.

Asimismo, Nacional lanzó también el primer portal *e-commerce* de seguros de

Bolivia, en el que se puede cotizar, comprar y pagar el seguro "Protección Covid" 24/7, los 365 días del año, desde donde uno se encuentre, mediante una computadora, un teléfono móvil o una tablet. La póliza llega de inmediato de forma digital.

La dirección del portal es: www.123asegurate.com.bo y pronto tendrá disponibles, además de "Protección Covid", otros seguros de salud, vida y accidentes personales que ofrece Nacional Seguros Vida y Salud, así como seguros patrimoniales de automóvil y hogar ofertados por Nacional Seguros Patrimoniales y Fianzas, todo ellos destinados a completar el círculo de protección de las personas y familias.

SEGUROS CON DIMENSIÓN SOCIAL

"Tenemos diversos seguros, muy accesibles, como nuestro reciente Onco Seguro, concebidos como parte del círculo de protección a nuestros clientes, sabiendo que este tiempo de pandemia es de mucha vulnerabilidad para las personas y las familias", precisa el Presidente del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida.

Camacho explica que Onco Seguro suma a las características de un Seguro de Vida la protección oncológica con una prima muy accesible, que va desde 44 Bs al mes, dándole así una dimensión social a este nuevo producto en beneficio de la comunidad, ya que en Bolivia cada año se diagnostican 8.000 mujeres y 4.000 hombres con cáncer.

RSE PARA PALIAR LA PANDEMIA

Cabe destacar que Nacional Seguros realizó donaciones de varios miles de bar-

bijos y lanzó una campaña para donantes de plasma hiperinmune, otorgándoles sin costo un seguro contra accidentes personales, con una cobertura de muerte accidental de USD 5000 y otros USD 500 de gastos médicos, como reconocimiento a su compromiso al salvar vidas.

Asimismo, reconociendo la importancia del trabajo que desempeña el sector salud, Nacional Seguros tomó la decisión de costear la educación, hasta el bachillerato, de las tres hijas de Disneyda V.S., quien fue la segunda enfermera fallecida por Covid-19 en nuestro país y la primera en Santa Cruz. Además de garantizar su educación, la compañía las está protegiendo con un seguro, comenta el ejecutivo.

APOYO AL HOSPITAL ONCOLÓGICO DE SANTA CRUZ

El ejecutivo anuncia también la próxima e importante acción de Responsabilidad Social de Nacional Seguros: un programa de apoyo al Hospital Oncológico de Santa Cruz, que beneficie a los numerosos pacientes pediátricos de este centro de salud y también a sus madres.

"Para nosotros siempre ha sido reto ponerle el hombro a la sociedad boliviana y especialmente ahora, en este tiempo tan difícil de pandemia, que ha desnudado las numerosas deficiencias y limitaciones de acceso en el sistema de salud y la necesidad de expandir la cultura del seguro", señala José Luis Camacho.

"Por eso, desarrollamos acciones de RSE en el ámbito de la salud que sean sostenibles en el tiempo, buscando soluciones que vayan más allá de la presente circunstancia, ya que la razón de ser de nuestra compañía es proteger siempre la vida y la salud de los bolivianos y la solidaridad es uno de nuestros valores", subraya.

UN *HUB* DE SALUD PARA BOLIVIA Y LA REGIÓN

En este marco, su presidente anuncia que el Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida sumará un sexto eslabón al círculo virtuoso de protección y prevención desplegado por Nacional Seguros: se trata de la Clínica Metropolitana de las Américas, actualmente en pleno proceso de construcción en Santa Cruz.

"Nuestra apuesta por el país se refleja en la inversión que estamos haciendo, junto a otros importantes grupos empresariales, para la construcción de la Clínica Metropolitana de las Américas que convertirá a la ciudad de Santa Cruz de la Sierra en el *hub* hospitalario del país y de toda la región, en alianza con el prestigioso hospital israelita Albert Einstein de Brasil", remarca José Luis Camacho.

El ejecutivo detalla que este proyecto contempla una inversión de 70 millones de dólares, ya concretada el año 2020, en plena pandemia de Covid-19, que llegará a los 110 millones cuando se finalicen las cinco fases previstas. Hasta este momento, el avance de la obra supera el 60% y ha generado más de 850 empleos a través de más de 25 empresas contratistas y se prevé inaugurar la primera fase en este primer semestre de 2021.

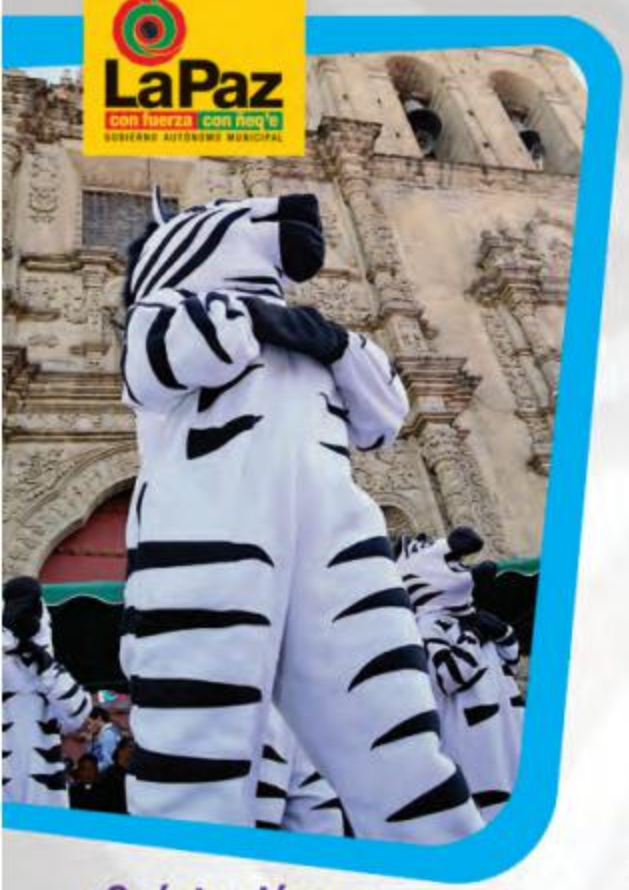
"La Clínica será un centro hospitalario privado de alta complejidad, que brindará servicios integrales de salud a todos los segmentos, marcando un antes y un después en el cuidado de la salud, que Bolivia necesita con urgencia, como lo hemos comprobado durante esta pandemia. No será una clínica exclusiva ni excluyente. Al contrario, queremos llegar a una alianza con el Estado y otras entidades y empresas para atender a asegurados de distintas cajas", adelanta.

"Con la construcción de la Clínica Metropolitana de las Américas cerraremos el círculo virtuoso de protección y prevención que está construyendo el Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida, creado el año 2004 y que desde entonces no ha dejado de expandirse, consolidándose como una de las corporaciones bolivianas que más aporta al desarrollo del país", concluye su presidente.

Recordemos que el Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida Grupo está compuesto por seis empresas en Bolivia y una en Paraguay, tres de ellas compañías de seguros, que generan cerca de 1500 empleos directos, el triple de empleos directos y prestan servicios innovadores y de calidad en seguros, tecnología corporativa, servicio al cliente y salud. ■

Las Cebras de La Paz

A LA VANGUARDIA EN LA CULTURA CIUDADANA



¿Cuántos jóvenes participaron?

- Cerca de 8.000.
- Cien por ciento han sido estudiantes.
- 1.570 se graduaron.
- Se generaron 1.200 becas y apoyos.

Los **Educadores Urbanos Cebra** han hecho de la educación y la **Cultura Ciudadana** un estilo de vida **desde hace 19 años**.

Su filosofía de trabajo es el orden, el respeto y la consideración.

¿Dónde intervienen?

- En las vías.
- En las unidades educativas.
- En los hospitales.
- Colaboran a los adultos mayores.
- Apoyan a las personas con discapacidad.
- Trabajan en ferias, mercados y otro tipo de activaciones.

10 años creciendo

#CuidaLoQueHemosLogrado

CBN

SOLIDARIDAD, INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD

Cervecería Boliviana Nacional (CBN) está presente en los momentos claves de la historia del país, desde hace más de 134 años. Trabaja con un enfoque de solidaridad e innovación en sus tres pilares: Consumo Inteligente, Medioambiente y Comunidad. Su trabajo la convierte en la compañía vanguardia de la industria, importante fuente de empleo para miles de bolivianas y bolivianos y ejemplo de responsabilidad social.

Desde sus inicios tuvo una vocación social, apoyando a los bolivianos en momentos tan importantes desde la Guerra del Chaco. Y desde 2010, organiza su programa de responsabilidad social para generar estrategias de inversión de tiempo, recursos e ingenio con el fin de consolidar resultados en beneficio de diferentes comunidades.

Hoy, CBN continúa trabajando para apoyar a la sociedad boliviana. El año pasado, cuando empezó la pandemia del Coronavirus, la empresa dispuso de 4,7 millones de bolivianos en apoyo al personal que luchaba en la primera línea de defensa ante el virus y para las comunidades que más lo necesitaban.

CONSUMO INTELIGENTE

CBN produce las cervezas con la más alta calidad del país y trabaja para que cada experiencia con nuestro portafolio de productos sea siempre positiva.

En la gestión 2020, celebramos el Día Mundial del Consumo Inteligente, entregando más de 5 millones de megas a estudiantes universitarios, apoyando la educación virtual a través de un test adaptado a situaciones cotidianas que experimentan los jóvenes, reflejando el conocimiento que tienen sobre el consumo inteligente de cerveza. La iniciativa llego a más de 2.360 jóvenes, de 67 universidades y centros de estudios superiores.

Nuestro mensaje de Consumo Inteligente llegó a más de 200.000 familias del país, a través de capacitaciones, talleres y actividades específicamente enfocadas en padres y madres, jóvenes alrededor de 18 años, vivanderas, folkloristas, comparseros y periodistas.

MEDIOAMBIENTE

CBN es consciente del valor de los recursos que utiliza en su sistema de producción. Por ello, prioriza la reutilización del agua, el reciclado de sus envases, la reducción de basura y emisión de gases.

La industria cuenta con un modelo de trabajo sostenible que –desde el inicio de sus operaciones– promueve el uso de envases retornables como hábito de consumo. Hoy, cuenta con un parque de envases de vidrio que cubre más del 70% de la producción. Gracias a esta determinación la compañía disminuyó la generación de residuos sólidos y el consumo de materias primas.

El uso eficiente del agua es una realidad desde hace años. La compañía ha invertido en plantas de tratamiento de efluentes en sus ocho fábricas a nivel nacional. A través de ellas, provee agua purificada para el riego urbano, riego para plantación de comunidades vecinas y contribuye en labores de reforestación en áreas circundantes a las fábricas.

COMUNIDAD

La compañía realiza varias contribuciones en favor de la comunidad boliviana. La más importante es la solidaridad, estar con la comunidad en los momentos que más lo necesita. La compañía dispuso de 4,7 millones de bolivianos, para apoyar las acciones definidas con el gobierno nacional y gobiernos departamentales.

En el año 2020 CBN realizó la entrega

de la donación de 207.502 ítems de material de protección personal para el personal de salud, como trajes de bioseguridad, guantes de látex y de nitrilo, alcohol medicinal al 70%, barbijos simples, barbijos KN-95, lentes de seguridad, gorras quirúrgicas y dos ventiladores para cuidados intensivos, de alta gama, marca Mindray. Fueron insumos requeridos por el Ministerio de Salud para combatir el coronavirus en Bolivia.

Además del apoyo brindado al personal de salud, la empresa entregó más de 44 toneladas de alimentos a familias de las comunidades de La Guardia, Taquiña, Huari, Beni y Santa Cruz. Por otra parte, la compañía donó 71.510 litros de gaseosas, Maltín y 60.600 barbijos a las Fuerzas Armadas (FFAA) y la Policía Boliviana. La ayuda llegó a 145 instituciones y 52 centros de acogida a nivel nacional.

En alianza con la empresa boliviana Irupana, CBN produjo un cereal utilizando los ingredientes cebada y adjuntos cerveceros. Fueron 10.000 packs de 500 gramos de cereales por unidad que se distribuyeron al personal que trabaja en primera línea y comunidades afectadas por la pandemia.

Por otro lado, la empresa puso a rodar sus camiones para apoyar en el transporte y distribución de productos agrícolas de primera necesidad, a través de los mercados móviles. Los camiones repartidores realizaron más de 120 viajes por diferentes localidades productivas con la finalidad de garantizar la seguridad alimentaria.

El 2021, además de continuar con la ayuda a la lucha frontal contra la pandemia, CBN quiere apoyar a la resiliencia de la industria nacional. Actualmente la empresa se encuentra en plena campaña de donación de más de 75 mil ítems de equipo de bioseguridad, de los cuales 6.070 trajes de bioseguridad hechos en Bolivia.

Los trajes de bioseguridad cuentan con el aval del Ministerio de Salud y la certificación del Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA), una medida que apunta a fortalecer la producción nacional como medio para reactivar la economía del país que hoy se ve muy afectada por la pandemia del COVID-19, lo que a su vez garantizará la generación de empleos productivos en un momento de profunda recesión económica.

REACTIVACIÓN Y BIENESTAR

CBN impulsa también la recuperación de la economía a través de la innovación y la cooperación, para que otros productores de cerveza, los restaurantes, meseros, repartidores a domicilio y los productores de maíz; a los que ahora se suman quienes confeccionan trajes de bioseguridad, de entre muchos otros, se fortalezcan como eslabones de una cadena de valor que requiere la colaboración de todos los actores de la economía.

La marca Huari, comprometida con la gastronomía boliviana, lanzó una plataforma de cupones a través de la que se busca dar estabilidad económica para proteger la fuente de trabajo de miles de bolivianos.

Apoyando esta reactivación del rubro gastronómico Pepsi, una de las marcas de la compañía, organizó dos versiones del Delivery Fest, iniciativa que apoya a los restaurantes a incrementar sus volúmenes de ventas a domicilio, negocio que además beneficia a quienes realizan los repartos y apoya a que la gente mantenga la distancia social al quedarse a disfrutar de su comida favorita en casa. En sus dos versiónes el Delivery Fest movió más de Bs 2.6 Millones con la participación de 746 restaurantes. Este año la tercera versión del Delivery Fest ya está en marcha y se espera que dinamice ventas por dos millones de bolivianos.

CBN a través de capacitaciones online, ayudó a bartenders y meseros que se vieron afectados por la pandemia del COVID-19. Los participantes repasaron las medidas de bioseguridad, atención al cliente y el consumo responsable, en la página web https://embajadores.cbn.bo. Los participantes que cumplieron los módulos, con una nota mínima del 80%, recibieron una certificación y los mejores 1.000 resultados se hicieron acreedores a un vale de consumo de Bs 350 en un supermercado (válido hasta el 31 de diciembre de 2020).

Otras iniciativas que buscaron que las personas permanezcan en sus casas vinieron de la mano de Paceña, que promovió la actividad "Celebremos el futbol en casa" y "Megafetichela" y Maltín, la bebida enegizante sin alcohol, lanzó su actividad "Juegos en Línea" para ayudar en la contención emocional, sobre todo de los niños y niñas, durante la cuarentena.

CBN ha desarrollado, hace ya casi un año, un ecosistema de resiliencia, en el que cada pedazo de la cadena de producción, distribución y venta de sus productos se beneficia de medidas que buscan su recuperación económica. Es el compromiso institucional para que el país y su gente sigan trabajando y construyendo bienestar colectivo. ■

HOSPITAL UNIVERSITARIO MARTÍN DOCKWEILER

LA TRANSFORMACIÓN DE LA SALUD EN BOLIVIA

Los bolivianos contarán a partir de ahora con medicina de estándares mundiales y tecnología de punta. El Hospital Universitario Martín Dockweiler abre sus puertas convirtiéndose en el primer centro médico cien por ciento digital del país, el que como explica su fundador , democratizará el acceso a la salud e impactará positivamente en la vida de millones de personas.

Con 45.55o m² construidos, cifra que duplica al que fue el centro de salud más grande de Bolivia, el Hospital Universitario Martín Dockweiler se convierte en la inversión más importante realizada por una institución de educación y de salud. Gracias a la participación de The Joint Comission, líder mundial en temas médicos, y el gobierno alemán, vía la Cámara Boliviano Alemana, se contó con la presencia y asesoramiento permanente de científicos y expertos de clase mundial, cambiando de esta manera los paradigmas de medicina aplicada en la región.

ACCESO A LA SALUD Y LA EDUCACIÓN

Tecnología, médicos de todas las especialidades, laboratorios, robótica, telemedicina y mucho más diferencia y destaca la apuesta que hace el Hospital Universitario Martín Dockweiler en Bolivia, el cual pondrá a disposición de los profesionales de la salud el centro médico más completo en un solo lugar, evitando así la peregrinación que sufren los pacientes para poder obtener resultados, diagnósticos y atención hospitalaria.

Este emprendimiento consolida a Santa Cruz como la ciudad universita-

ria y de salud por excelencia; el nivel tecnológico del hospital permitirá pasar de una educación del siglo XIX a una para el siglo XXI y alcanzar el cuarto nivel con investigación. "En el corto plazo tendremos la posibilidad de formar especialidades médicas que hoy son inexistentes en nuestro país", asegura Martín Dockweiler, que considera vital brindar apoyo a la comunidad de manera que la salud y la educación sean accesibles a nuestra sociedad.

Una flota de 30 ambulancias y decenas de consultorios móviles podrán cubrir las necesidades de la población y una pronta atención para urgencias y emergencias 24 horas del día, democratizando el acceso a la salud para todos.

MEDICINA EXPONENCIAL DEL SIGLO XXI

El hospital cuenta con un laboratorio clínico digital, robotizado y automatizado, el cual cuenta con su propio centro de datos donde se almacena y procesa toda la información sobre el paciente. Cabe destacar que la no intervención humana permite que los estudios puedan dar

resultados con un 100% de precisión.

Además, se dispone de un centro de radiología con tecnología de punta: equipos de la reconocida marca General Electric conectados a la base de datos más grande del mundo, con el motor de algoritmos de inteligencia artificial más potente que se haya desarrollado en la historia de la humanidad, a lo que se suman equipos como resonadores, tomógrafos, equipos de rayos X, arcos en C y ultrasonido.

INFRAESTRUCTURA CON ESTÁNDARES MUNDIALES

La obra, realizadas por arquitectos y autoridades en la materia, se ajusta perfectamente a los requerimientos y cánones internacionales, tanto en áreas quirúrgicas, recuperación, cirugías ambulatorias, internación, diagnóstico, laboratorio, consulta y salas de espera. El hospital cuenta con tres suites vip, 30 master suites y 260 habitaciones estándar, cada una de ellas con las prestaciones necesarias para alojar a un solo paciente. Once quirófanos de alta complejidad, 47 unidades de terapia intensiva para adultos y 33 neonatales, con central de monitoreo digital para cada paciente, hacen del Hospital Universitario Martín Dockweiler el centro de cuidados intensivos más moderno y equipado de Bolivia.

"HÉROES COVID", SOLIDARIDAD EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Ante las alarmantes cifras del impacto de la pandemia, el Hospital Universitario Martín Dockweiler, de la mano de la Gobernación, la Alcaldía, JICA, CRE y HP Medical crearon la Fundación Héroes del COVID que realizó pruebas, de forma gratuita, para el personal de salud en primera línea, así como para periodistas, ya que está demostrado que la detección temprana minimiza el riesgo de complicaciones, hospitalización e incluso la muerte.

Entre otras acciones solidarias se cooperó con la Alcaldía Municipal asignando toda una flota de ambulancias para que las brigadas recorran innumerables barrios de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra brindando ayuda. Asimismo, se prestó a la Gobernación 16 respiradores en los momentos más críticos de la pandemia, hecho que sin duda salvó innumerables vidas. ■

El Hospital Universitario Martín Dockweiler alcanza niveles de calidad jamás logrados, que se traducen en:

El centro médico más completo del país lo que implica diagnósticos precisos y tempranos.

Donde se logra acortar la estadía del paciente que será tres veces menor que en cualquier centro de salud en Bolivia gracias a la implementación de:

Robótica
Telemedicina
Big data
Realidad Aumentada
Realidad Virtual
Cloud computing
Impresión 3D
Inteligencia artificial

BANCO FIE: CREAMOS VALOR COMPARTIDO CON INCLUSIÓN Y DESARROLLO

En un año en que conectar con las personas y entender sus necesidades fue más importante que nunca, apostamos por fomentar la inclusión digital de la población, brindar servicios oportunos en zonas rurales e impulsar el empoderamiento de mujeres.

FIE nace hace más de 35 años, con una innegable vocación social, del sueño de cinco mujeres que implementaron una de las primeras experiencias de microcrédito individual en la región. Banco FIE es hoy un referente de banca responsable y sostenible, siendo la entidad líder en crédito agropecuario, con una amplia cobertura rural y presencia en 74 ciudades intermedias y poblaciones rurales del país, además de las 9 ciudades capitales.

FINANCIAMIENTO AGROPECUARIO Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

Una de las premisas de la misión social de la entidad es el financiamiento agropecuario bajo el concepto de agronegocios sostenibles. Se basa en la generación de valor en la actividad agropecuaria, preservando los recursos y asegurando la viabilidad futura del sector. Para ello, el Banco ha innovado su tecnología crediticia, convirtiéndose en el líder en financiamiento agropecuario, priorizando al pequeño productor campesino e impactando en la seguridad alimentaria del país.

A diciembre de 2020, la cartera agropecuaria representa el 18.4% de la cartera total, con 346.4 millones de dólares y 34.735 clientes a nivel nacional.

INCLUSIÓN DIGITAL DE LA POBLACIÓN

En 2020 se priorizó la inclusión digital de la clientela mejorando la experiencia de los canales tecnológicos, por ejemplo, con la *plataforma virtual* de atención al cliente a través de videollamada, *V-ticket* que permite obtener un turno de atención en agencias vía on-line, o la apertura de cuentas a distancia con la *Cuenta Digital*. También, a través del programa de educación financiera, se capacitó a 65,962 personas, principalmente, a través de simuladores tecnológicos en todas las agencias a nivel nacional.

A través de una alianza con Kolau, líder internacional de comercio electrónico y el Plan de Digitalización MiPyME, 100,000 micro y pequeñas empresas bolivianas podrán crear gratis una página web que incluye botón de pago para concretar ventas mediante código QR.

IGUALDAD DE GÉNERO, UN PILAR DE LA ORGANIZACIÓN

Banco FIE promueve la igualdad de género como un principio que aporta a crear sociedades más justas y equitativas. A través de Marca Magenta, un modelo de gestión que se basa en la construcción de liderazgos para la igualdad, contribuye como agente de cambio social para eliminar las inequidades que persisten en los mercados,

el trabajo y la comunidad. Banco FIE es un referente de empresa inclusiva y es, además, Líder de la Mesa de Género del Pacto Global, Bolivia.

ECONOMÍA VERDE: INVERSIÓN EN BIODIVERSIDAD Y CONSERVACIÓN DE BOSQUES

Como iniciativa de compensación de su huella de carbono, Banco FIE participa en programas de conservación implementados por WCS en el Parque Nacional Madidi, el área protegida con mayor biodiversidad del mundo. Se espera una reducción de 87,596 tCO_2 en 8 años de desarrollo de los árboles ubicados en las parcelas del bosque donde se ejecutan los programas de desarrollo productivo (café, cacao y aceites naturales) bajo sistemas agroforestales. ■

Bagó

Ética al servicio de la salud

BAGÓ, UN EJEMPLO DE SERVICIO Y RESPONSABILIDAD

Laboratorios Bagó, la empresa farmacéutica más importante del país, renueva su compromiso con la salud de la población boliviana actualizando y apuntalando su modelo de responsabilidad social empresarial.

Laboratorios Bagó de Bolivia S.A. lleva casi 45 años al servicio de los bolivianos y las bolivianas. Con presencia en los nueve departamentos y una planilla de más de 600 trabajadores, la empresa alcanza una participación del 12% del mercado en su rubro a nivel nacional. La confianza depositada por la población de nuestro país se sostiene sobre décadas de trabajo, productos de calidad continua y sobre un firme compromiso con la sociedad.

Desde su posición de liderazgo, esto se traduce en un fuerte apego a los principios de sostenibilidad empresarial que marcan el camino de Bagó. En ese sentido, la farmacéutica se ha propuesto contribuir al Desarrollo Sostenible en las comunidades donde tiene presencia, pensando en la sostenibilidad como una forma de hacer gestión transversal desde la gobernanza, y tomando responsabilidad por el impacto de las decisiones y acciones asumidas en los ámbitos económico, ambiental y social.

Estos conceptos de Desarrollo Sostenible están en concordancia con el giro de negocio de la empresa de acuerdo a los preceptos de su Misión, con algunos ODS prioritarios a ser alcanzados en base a un Modelo de Sostenibilidad y una Hoja de Ruta 2030. Este plan propone 4 ejes para el monitoreo y gestión de estos objetivos estratégicos: Innovación en la producción de productos sostenibles con criterios ambientales y economía circular; Clima Laboral; Valor para la Comunidad; y Consumo Responsable.

"Laboratorios Bagó de Bolivia S.A. es una empresa comprometida con la salud de la población de nuestro país. Nos basamos en valores de honestidad, solidaridad, humildad, alegría, confianza e integridad. Por tanto, para nosotros es un paso natural alinearnos con estos ejes de Desarrollo Sostenible, que reafirman nuestros principios y nos ayudan a seguir creciendo como empresa", afirmó la Dra. María Reneé Centellas, Gerente General de Bagó.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

A partir del Modelo de Sostenibilidad (Hoja de Ruta 2030), Laboratorios Bagó construyó el Cuadro de Mando Integral (SSC) durante la gestión 2018, en un contexto estratégico y de planificación pensado hasta el año 2030, formalizando así el compromiso de gobernanza corporativa y de alta gerencia con el Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial. Luego, sobre la base de esta Política de Sostenibilidad, se definió un marco formal de actuación en términos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En cuanto a la crisis sanitaria por la pandemia mundial de COVID-19, se aplicó el nuevo marco de acción de RSE dentro de las instalaciones de la empresa, asegurando la continuidad de las operaciones al proporcionar las medidas y el material de bioseguridad, logrando evitar situaciones críticas de salud en los colaboradores. Asimismo, se brindó ayuda al sector médico y farmacéutico, ofreciendo desinfecciones de consultorios y material de bioseguridad, para que pudieran continuar con su importante labor.

"Nuestro objetivo central es el de prevenir y combatir las enfermedades de los bolivianos, hacerlo éticamente, con total apego a la verdad y una constante búsqueda de la excelencia. Somos una empresa basada en valores, y estos valores son cruciales para enfrentar el desafío de ampliar el cuidado, prevención y protección a la población boliviana en estos momentos tan difíciles", aseveró la Dra. Centellas.

Durante la gestión 2020 se complementaron los lineamientos de la Política de Sostenibilidad con la Política de inversión según los Criterios ambientales, sociales y de Gobierno Corporativo (ASG), la Política de Derechos Humanos, la Política de equidad e igualdad de Género y la Política de Crisis Sanitaria. Así también, se formalizó el compromiso de la empresa en el contexto de la crisis por el COVID-19 y de cara a cualquier otro tipo de emergencia sanitaria, con la promesa de llevar adelante todas las acciones debidas de prevención y bioseguridad.

A lo largo de la pandemia se ha mantenido firmemente la política de Sostenibilidad, y a esto se ha sumado una política de comunicación interna y externa para difundir medidas de bioseguridad. Asimismo, se incorporará un capítulo COVID-19 en el Informe de Sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI) 2020 en el tema material sobre prácticas de salud y seguridad.

TRANSPARENCIA Y LINEAMIENTOS

La sostenibilidad representa un compromiso de gobernanza y de alta gerencia con el desarrollo sostenible. Estos lineamientos son implementados por la Gerencia General como máximo

órgano de gobierno y responsable directo de efectuar y mantener los componentes de gestión. Las principales responsabilidades éticas de la empresa con los colaboradores y la comunidad pueden resumirse en los siguientes puntos:

- Servir a la sociedad con productos útiles en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral, así como el desarrollo humano y profesional de cada colaborador.
- Procurar la continuidad de la empresa y lograr un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.

GESTIÓN AMBIENTAL DENTRO DE LA RSE

El Modelo de Sostenibilidad de Bagó y su gestión integral basada en la gestión de riesgos o debida diligencia, ha tomado medidas para crear conciencia y promover un aprendizaje que apoye los esfuerzos eco-eficientes dentro de la organización.

En la esfera de influencia externa, la empresa cuenta con el Modelo de Economía Circular de Laboratorios Bagó de Bolivia S.A a partir del ODS 12 (Producción y consumo responsables), que opera bajo el designio de guiar a la empresa hacia la protección del ecosistema y a plantearse un cambio en la forma de producir y consumir en todo el ciclo de vida del producto, reconfigurando cada una de las actividades y procesos de la farmacéutica, incluyendo la cadena de suministro, la forma de consumo y la cadena de distribución.

Por otra parte, dentro del espectro de las RSE, se presta una particular atención a la gestión ambiental partiendo de los siguientes ODS: 6 (Agua limpia y saneamiento), 7 (Energía asequible y no contaminante), 9 (Industria, innovación e infraestructura) y 13 (Acción por el clima).

RECONOCIMIENTOS

La comunidad internacional ha sabido recompensar el compromiso y la seriedad de Bagó en diversas ocasiones. Solo durante la gestión 2020, la empresa recibió diversos reconocimientos que dan testimonio de sus esfuerzos. En primer lugar, cabe destacar la Recertificación de Operador Económico Autorizado entregada por la Aduana Nacional de Bolivia y la importante Certificación Bioseguridad Protocolo COVID-19 de parte de la reconocida consultora Intedya (International Dynamic Advisors).

Por otra parte, también le fue asignado el Certificado de Miembro GRI GOLD Community de la Institución Global Reporting Initiative, y se llevó el premio al "Mejor Laboratorio Farmacéutico" tanto en el Galardón Andino a la Excelencia como en los Premios Maya.

También conviene mencionar su inclusión en el Ranking de las 25 Marcas más poderosas del país, configurado por Bolivian Business, y el Premio Nacional a la Responsabilidad Social Empresarial 2020 otorgado por la Cámara Nacional de Industrias bajo la Categoría de Programas, proyectos y/o acciones de RSE dirigido a los sistemas de salud.

PROYECTOS

De cara a este año que comienza, Bagó apunta a alcanzar una sostenibilidad de triple impacto, que pueda ser rentable, socialmente responsable y que no deje de velar por el medioambiente.

Por otra parte, todo nuevo emprendimiento se ajustará a estos parámetros. Los proyectos de Laboratorios Bagó de Bolivia S.A. están construidos a partir del Modelo de Sostenibilidad y el Modelo de gestión para Programas de Desarrollo Sostenible. Todo programa de desarrollo sostenible conlleva una serie de actividades de una duración determinada que se registra en el Plan de Acción y otra documentación de respaldo para ejecución, gestión y monitoreo. Para los programas de desarrollo sostenible, se combinan en los Planes de Acción de carácter operativo, la utilización de recursos humanos, técnicos, financieros y materiales.

"Seguiremos trabajando, poniéndole el hombro al país, con fe, confianza, amor y alegría para tranquilizar a la población, garantizando que Bagó no detendrá su producción, con la convicción de trascender para el bienestar de los bolivianos", aseguró la Dra. Centellas de cara al futuro. ■

FUNDACIÓN VIVA

COVID 19

Fundación Viva lleva adelante acciones de RSE y fue creada el 2008 por la empresa telefónica Nuevatel. Durante la pandemia apoyó a los sectores más desprotegidos, mediante la otorgación de 255 líneas corporativas y 124 líneas telefónicas gratuitas, destinadas a la seguridad ciudadana, contención emocional, personas adulto-mayores, víctimas de violencia y personas de bajos recursos. Asimismo, con las plataformas Piensa Verde y Cuentas Tú se llevaron adelante campañas solidarias para la recaudación de fondos, para adquirir insumos de bioseguridad y medicamentos destinados al personal de salud de hospitales y para bomberos que atendieron incendios forestales.

Se donaron insumos de bioseguridad, entregados a la Dirección de Políticas Sociales del Gobierno Municipal de La Paz y a los Hospitales de Pucarani, Escoma y al Hospital del Niño del Gobierno Departamental de La Paz y al Hospital German Busch de Trinidad-Beni. También se habilitó un espacio virtual en el Penal de San Roque de Sucre para que las personas privadas de libertad se comuniquen con sus familiares y puedan participar en audiencias virtuales. Fundación VIVA donó una Tablet y una línea para facilitar las comunicaciones. Por todo ello recibió dos reconocimientos: el Premio Maya a la mejor Labor Ambiental y el Premio a la Resiliencia.

SEGURIDAD CIUDADANA

Se capacitaron virtualmente a 360 efectivos de la Policía (FELCV) en cuatro ciudades en la atención a víctimas de violencia dando continuidad con nuestra causa transversal: la lucha contra toda forma de violencia hacia mujeres y niñas, en el marco de la ley 348. Se continuó posibilitando la comunicación directa entre la ciudadanía y la policía en casos de violencia o criminalidad, financiando líneas gratuitas 800 que están georeferenciadas en la APP VIVO SEGURO y se realizaron campañas contra la violencia en fechas clave.

En el marco de los principios para el empoderamiento e igualdad de las mujeres de ONU Mujeres se realizó el diagnóstico de género dentro de la empresa.

CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE

Como integrantes de la Plataforma Piensa Verde, se realizó la donación de medicamentos, insumos de bioseguridad y productos de desinfección para los guardaparques del Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP), con la finalidad de ayudar a prevenir contagios y paliar los casos positivos de COVID-19. También se apoyó cubriendo la alimentación de bomberos y la compra de un dispositivo de extinción tracccionado para combatir incendios en la zona de Ambue Ari.

USO RESPONSABLE DE LA TECNOLOGÍA

Se siguió dotando de internet gratuito a instituciones que trabajan con sectores vulnerables y se difundieron contenidos para la prevención de la ciberviolencia y los diferentes delitos cibernéticos que se encuentran en página: www.desbloqueate.org

PRO-CULTURAS

Se realizó la filmación del cortometraje Sami de Alicia Lopez gracias al premio del Fondo Proculturas y se apoyó a artistas difundido diferentes producciones virtuales contribuyendo a su dinamización económica por las redes sociales. ■

BNB Banco Nacional de Bolivia

LA RSE ES UNA FORMA DE SER EMPRESA, COMPROMETIDA Y RESPONSABLE

El Banco Nacional de Bolivia S.A. consolida su estrategia integral de RSE que contribuye activamente al desarrollo del país.

El BNB cuenta con una importante trayectoria en la gestión de programas de Responsabilidad Social Empresarial, que se implementan en beneficio de sus distintos grupos de interés con acciones que promueven la educación financiera, la preservación del medio ambiente, el apoyo a la niñez y personas con discapacidad en situación de vulnerabilidad, el bienestar de sus colaboradores y clientes, la transparencia y el respeto a los derechos humanos.

"Para el BNB, la Responsabilidad Social Empresarial se constituye en un pilar estratégico dentro de la organización. Desde hace más de 10 años, hemos desplegado esfuerzos humanos y económicos para robustecer nuestra estrategia de RSE con una serie de acciones dirigidas a nuestros grupos de interés, cuyo marco de actuación son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 del Pacto Global", mencionó Pablo Bedoya, Presidente de Directorio BNB.

El banco promueve prácticas socialmente responsables como parte de la estrategia transversal y permanente que implementa, lo cual responde a un encargo voluntario asumido por la entidad, sus directores y ejecutivos, quienes asumen la RSE como parte del modelo del negocio. El BNB es signatario del Pacto Global desde el año 2007 y desde el 2016, es miembro fundador de la Red Bolivia del Pacto Global.

El BNB y su contribución activa a la sociedad mediante sus programas de RSE

El BNB concibe la integración de la Responsabilidad Social Empresarial en sus acciones como pilastra estratégica que agrega valor a la empresa y como un elemento principal para el cumplimiento de su misión y sus valores institucionales. En ese sentido, cuenta con programas enfocados en contribuir activamente al bienestar económico, ambiental y social de la comunidad.

Desde 2011, el banco lleva a cabo su programa de educación financiera "Aprendiendo con el BNB", con el objetivo de promover y ampliar la inclusión financiera de diferentes colectivos de la población, con la difusión masiva de temáticas financieras a través de cuñas de radio, material impreso y spots educativos. Además, cuenta con el "Bus del BNB", la única aula móvil de educación financiera en el país que recorre diferentes municipios de Bolivia, promoviendo una bancarización responsable de la población que está fuera del sistema financiero.

Asimismo, el BNB ha identificado como foco de sus programas sociales, a la niñez en situación de vulnerabilidad, específicamente a la que tiene discapacidad intelectual. Como parte de esto, trabajó en el desarrollo e implementación de guías de detección temprana de alguna discapacidad y en 2018, lanzó la primera versión de su programa "Veo, veo", el cual tiene como objetivo realizar evaluaciones oftalmológicas y la entrega gratuita de lentes con medida a personas con discapacidad intelectual y personas que viven en situación de pobreza.

Por otra parte, el banco cuenta con el programa BNB Agua: Valoramos la vida, en alianza con Visión Mundial Bolivia, que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de niñas y niños que viven en poblaciones en situación de vulnerabilidad, a través de la construcción de sistemas de agua potable que permiten la dotación de agua segura, aportando con ello al desarrollo de la comunidad donde viven.

En cuanto a temas de medioambiente, el BNB cuenta con una estrategia de acción frente al cambio climático. En este marco de acción, el banco gestiona el programa "Desafío, Ahorra y Regala-DAR", que busca concientizar a los funcionarios en el uso responsable de los servicios de agua, energía eléctrica, consumo de papel y otros, lo que permite que se generen ahorros para el banco, de los cuales el 50% es donado a distintas causas que requieran ayuda social.

Cada uno de estos programas genera impacto en la comunidad y fortalece el espíritu del banco, que tiene el compromiso de seguir contribuyendo activamente al desarrollo y progreso del país, en el marco de la función social de los servicios financieros.

Acciones en respuesta a la pandemia

El 2020 ha sido un año de desafíos inesperados. Ante esto, el BNB se reinventó y se adecuó al contexto. Es así, por ejemplo, que su programa de RSE se vio enriquecido con acciones orientadas al bienestar de sus funcionarios y clientes, manteniendo la calidad de su servicio, priorizando la bioseguridad y la implementación de servicios digitales para que los clientes puedan tener acceso a los productos y servicios desde sus hogares.

Durante todo el año, la banca prestó un servicio fundamental a la comunidad brindando atención de forma ininterrumpida. Por tanto, el bienestar de los colaboradores y sus familias, además de ser una prioridad se constituyó como un importante pilar para la continuidad de los servicios prestados. En este sentido y de manera muy ágil, se creó e implementó el Manual de Bioseguridad del Grupo BNB, que se constituyó en el marco de acción para la gestión de la coyuntura COVID-19. Adicionalmente, implementó el Grupo el Servicio Médico Privado, instalando consultorios equipados en todas las oficinas principales, a fin de contar con atención médica primaria accesible y segura.

En cuanto a educación financiera, adecuó su programa "Aprendiendo con el BNB" a sesiones virtuales de capacitación, las mismas que permitieron llegar a una amplia cantidad de beneficiarios, con temáticas relacionadas a la coyuntura, respecto a servicios digitales, medios de pago, reprogramaciones, derechos y obligaciones, etc.

Por otra parte, con un enfoque en los derechos de la niñez, el BNB apoyó la campaña "Súmate", organizada por Visión Mundial Bolivia, en la recaudación de fondos para la entrega de canastas familiares a las comunidades más vulnerables y familias afectadas por la pandemia. Para ello, puso a disposición de la campaña todos sus canales digitales

Por último, en cuanto a contribuciones a obras sociales, el banco apoya a la Legión Cruceña de Combate Contra el Cáncer, desde hace más de nueve años, con contribuciones al Instituto Oncológico del Oriente Boliviano de Santa Cruz, para la atención de niños y niñas con cáncer. En 2020, el aporte económico del BNB fue destinado a la construcción de un "Domo" para la atención de emergencias a pacientes con COVID-19. ■

ALICORP REAFIRMÓ SU COMPROMISO CON BOLIVIA DURANTE LA PANDEMIA

Desde el inicio de la pandemia de Covid-19, Alicorp, compañía líder en alimentos y productos para el hogar y cuidado personal, sumó esfuerzos para llevar ayuda a las poblaciones más vulnerables de Bolivia y a quienes estuvieron en la primera línea de lucha contra la pandemia.

A través de su iniciativa #AyudaAlQueAyuda, la compañía realizó donaciones el último año por un valor aproximado de 2.8 millones de bolivianos, consistentes en equipos e insumos médicos así como en 30.000 kits familiares de alimentos de primera necesidad y artículos de limpieza y cuidado personal.

Asimismo, como parte de la campaña "Semilla Capital", Alicorp está llegando con capacitaciones de bioseguridad y donaciones de producto a 1.600 pensiones y tiendas de barrio del país, con el fin de reactivar estos emprendimientos.

Hogar Santa Teresa de Calcuta, El Alto

Municipio de San Pedro, Santa Cruz

Donación de equipos e insumos médicos

KITS DE ALIMENTOS E HIGIENE

Alicorp realizó la primera entrega de su reconocido programa #AyudaAlQueAyuda en el mes de abril de 2020, con una donación al gobierno nacional de un respirador de terapia intensiva, varios miles de barbijos, gafas y equipos de protección frente al Covid-19, al igual que 20.000 kits familiares de alimentos de primera necesidad y artículos de limpieza y cuidado personal para su distribución entre familias de trabajadores en salud y otras en situación vulnerable. Otros 10.000 kits se entregaron en los meses siguientes, entre mayo y agosto, directamente a poblaciones en Cochabamba, Santa Cruz, Chuquisaca, Beni y Tarija.

Quillacollo, donde opera una de las plantas de Alicorp, fue el eje de las donaciones en Cochabamba, realizadas mediante la Alcaldía, el ejército y otras organizaciones. En Sucre, una importante donación fue destinada al hospital psiquiátrico "Gregorio Pacheco". En Santa Cruz, las donaciones se hicieron mediante gobiernos municipales, juntas vecinales, unidades militares, policiales y bomberos voluntarios.

Por otra parte, la marca Bolívar de Alicorp donó 6.000 kilos de detergente en polvo para el lavado de ropa en nueve centros de acogida de niños y adolescentes, así como en nueve centros de ancianos de ocho ciudades y en el Hospital Oncológico

de Santa Cruz. Esta acción benefició a más de 2.000 personas.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Durante la emergencia sanitaria, Alicorp trabajó también como articuladora de instituciones que han logrado llevar ayuda a quienes más la necesitaban. De este modo, a través del Banco de Alimentos de Bolivia, Alicorp donó cerca de 4 toneladas y media de productos "Don Vittorio" a 75 instituciones sociales, beneficiando a 8.982 personas altamente vulnerables de Cochabamba.

Asimismo, una alianza con la Cámara de Comercio de Beni permitió que 2.000 kits de alimentos y artículos de limpieza y cuidado personal fueran repartidos a familias en Trinidad, Santa Ana, San Ignacio de Moxos, Guayaramerín, San Joaquín y San Ramón, así como la prensa beniana.

La empresa realizó igualmente una alianza con el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas (PMA), facilitando el transporte que permitió la llegada de un embarque de harina para la alimentación de 5.000 niñas y niños de la población tarijeña de Entre Ríos y las zonas circundantes.

AYUDA A LOS ANIMALES EN RIESGO

Atendiendo al llamado de emergencia del Parque de Aves y Refugio de animales "Agroflori", en Cochabamba, y del Biocentro Güembé en Santa Cruz, Alicorp donó 800 kilos de semillas de girasol para los animales que carecían de alimento debido a la falta de ingresos por las restricciones sanitarias.

"SEMILLA CAPITAL"

Desde el pasado mes de octubre, Alicorp se unió a otras seis importantes empresas bolivianas líderes de distintos rubros para realizar la campaña "Semilla Capital ¡Para crecer juntos!", que busca lograr un efecto multiplicador en la economía de 1.600 tiendas y pensiones del país.

Junto a Alicorp, forman parte de este programa, que continúa en curso, Embol-Coca Cola, Sofía, Unagro, Banco Mercantil Santa Cruz, Grupo Venado y Viva.

APOYO A DAMNIFICADOS POR INUNDACIONES

Recientemente, Alicorp acudió en apoyo de los damnificados por las lluvias e inundaciones que afectaron a numerosos pobladores de Cochabamba y Sucre este mes de enero.

A través del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras y del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), la compañía entregó lotes de aceite y conservas de pescado para atender urgentes necesidades de alimentación en municipios de Cochabamba.

Alicorp también fue en ayuda de 25 gremiales del Mercado Campesino de Sucre y sus familias, cuyos puestos y productos fueron dañados por una torrencial tormenta y precisaban reactivar sus comercios.

RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS

Precisamente como reconocimiento al valor del programa #AyudaAlQueAyuda, "aplicado al bienestar social de la comunidad", Alicorp recibió en diciembre un premio de la Cámara Nacional de Industria (CNI). Asimismo, la Unión Europea, la CNI y dos medios especializados en RSE otorgaron a Alicorp el Reconocimiento a la Resiliencia 2020, con mención en Solidaridad, por la forma en que la compañía encaró la emergencia sanitaria, asegurando el abastecimiento de sus productos, protegiendo a sus colaboradores y apoyando a la comunidad.

Ambos reconocimientos destacaron el compromiso asumido por Alicorp durante la pandemia, demostrando "que en tiempos de crisis", la compañía lideró "iniciativas para seguir generando confianza en sus grupos de interés y la sociedad civil, contribuyendo a la reactivación económica y social" del país.

La gerente de Asuntos Corporativos de Alicorp, Cynthia Valencia, remarca que estos premios son resultado de "un gran trabajo en equipo". "Todas nuestras acciones de sostenibilidad reflejan el compromiso de Alicorp con Bolivia, expresado en el apoyo a diferentes grupos vulnerables. Así lo ha hecho la compañía desde el inicio de la pandemia y lo seguirá haciendo de manera sostenible, buscando alimentar un mañana mejor", concluye. ■

Cynthia Valencia, Gerente Asuntos Corporativos Alicorp

COCA-COLA: "DE LA CRISIS APRENDIMOS QUE JUNTOS PODEMOS SALIR ADELANTE"

A casi un año de la alerta sanitaria por Covid-19 en nuestro país, donde todos los bolivianos nos refugiamos en nuestros hogares con miedo al contagio, Coca-Cola y EMBOL continuaron con sus operaciones a pesar de las dificultades para abastecer tiendas, mercados y supermercados del país. Durante este tiempo, desarrollaron más de 18 acciones de freno, como protocolos de bioseguridad, dotación de equipos médicos y bioseguridad, contratación de personal médico y otras especialidades, además de alianzas con centros de telemedicina, laboratorios, farmacias y seguro de salud privado para los trabajadores y sus familias.

"Nos preocupamos por el bienestar de nuestros trabajadores y sus familias, en este tiempo nos reuníamos a diario para pensar en nuevas medidas de apoyo, protocolos de protección y cuidado para nuestros más de 3 000 colaboradores", explicó Luis Lugones, Gerente de Responsabilidad Social y Comunicación de EMBOL.

La pandemia generó muchos cambios. Cientos de familias, como la de Limberg Herrera y Graciela Vargas, dueños de la pensión "El Sitio" de la ciudad de Santa Cruz, tuvieron que cerrar las puertas de su negocio, pero con el apoyo del Sistema Coca-Cola, a través de sus capacitaciones de bioseguridad en línea, reabrieron con mayor deseo de sacar adelante su emprendimiento en tiempos desafiantes.

La emergencia sanitaria también afectó al personal de salud que ha estado en primera fila combatiendo esta crisis desde el primer día: personal médico, de enfermería, de mantenimiento, técnicos y otros tantos que trabajan de forma incansable.

Con esa motivación, Coca-Cola Bolivia y EMBOL llevaron adelante diversas acciones para apoyar a los sectores más afectados por la pandemia, desde pymes y recicladores hasta personal de salud. Este apoyo fue coordinado en alianza con distintas entidades como la Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el gobierno nacional, departamental y municipal.

"De la crisis aprendimos que juntos podemos salir adelante. En ese sentido, participamos en numerosos proyectos de apoyo a la comunidad, como a nuestro personal que salud, que se encuentra en sobrexposición por su permanente contacto con pacientes. A ellos los apoyamos con equipamiento e insumos médicos", señaló Claudia Fernández, Gerente de Asuntos Públicos de Coca-Cola Bolivia a tiempo de mencionar que también brindaron apoyo a la Cainco, para la habilitación de un centro de recuperación para paciente Covid-19 y la compra de equipos de frío y neveras para Cenetrop Santa Cruz.

La Fundación Coca-Cola se sumó a las acciones de ayuda con la compra de protección personal para hospitales de Sucre, Potosí, Tarija y La Paz.

Por otra parte, las Fuerzas del Orden también contaron con apoyo a través de la donación de 1 millón de litros de agua, misma que llegó a ser entregada a 48 000 militares y 27 000 policías desplegados en todo el país.

Durante este periodo se ejecutaron programas de donaciones de producto a la población más vulnerable del país, apoyando a más de 350 instituciones. También se apoyó con capacitaciones en administración, marketing, finanzas y bioseguridad a dueñas de tiendas de barrio, pensiones y restaurantes del país.

EMBOL y Coca-Cola fueron parte de "Capital Semilla", programa que apoyó a 1 600 dueños de tiendas de barrio y pensiones del eje troncal del país, con la entrega gratuita de un *stock* de productos alimenticios, limpieza, bioseguridad, equipamiento y capacitaciones, entre otros. ■

Limberg Herrera, dueño de la pensión "El Sitio" de la ciudad de Santa Cruz, participó en las capacitaciones de bioseguridad en línea del Sistema Coca-Cola

Entrega de insumos médicos y equipamiento médico al sector salud.

LOS MEDIOS TRADICIONALES
SE QUEDARON CHICOS.
LAS MARCAS GRITAN
EN NUESTRAS PANTALLAS.

RPK®

LAS PANTALLAS MÁS GRANDES DEL PAÍS.

PANTALLA RECTANGULAR DE 16X7 METROS. MERCADO LANZA.

RSE, UNA VISIÓN HOLÍSTICA

Sofía Ltda inició como un pequeño emprendimiento avícola hace más de 44 años impulsado por el matrimonio Mario Ignacio Anglarill y Maida Serrate de Anglarill. Con el paso del tiempo y dedicación la empresa fue creciendo incorporando nuevos colaboradores, incluyendo a los hijos que fueron aportando sus conocimientos y experiencias con la misma pasión de sus padres.

De esta manera, en 1976, Sofía Ltda nació como un emprendimiento y en la actualidad se está consolidando como una empresa boliviana referente dentro de la industria alimenticia.

La empresa fue fundada con firmes valores familiares que siguen siendo el pilar fundamental en la toma de decisiones y actividades que se implementan día a día, traduciéndose en buenas prácticas, responsabilidad social y el pleno cumplimiento de todas las leyes aplicables y vigentes del país, que norman todas sus relaciones internas y comerciales.

"Estas cuatro décadas desde el emprendimiento inicial hasta el día de hoy en un mundo de constante cambio, donde la resiliencia, la innovación y el escuchar al público interno y externo fueron claves para adecuar los procesos en una búsqueda constante de la mejora continua, enfatizando en la bioseguridad, asegurando la inocuidad y calidad de nuestros productos, pudimos acompañar las diferentes etapas y facetas de la alimentación de las familias bolivianas", afirmó Mario Ignacio Anglarill, Gerente General de Sofía Ltda.

Para Sofía Ltda, la responsabilidad social es una visión holística que cubre

diferentes dimensiones que, de manera integral, llevan a la empresa a consolidarse como Ciudadano Corporativo. Estando en el rubro de los alimentos, su primera responsabilidad es con las familias bolivianas, buscando estar siempre más cerca a los hogares y dando prioridad a todos los procesos que aseguren la calidad e inocuidad de los productos.

Su primera prioridad son sus casi 3000 colaboradores, con un departamento dedicado al Desarrollo y Bienestar Organizacional. Dentro de Sofia Ltda se implementan diferentes programas que refuerzan una cultura empresarial que promueve, valores, ética, dinamismo y resiliencia, enfocándose en la capacitación constante tanto en los centros productivos, como en el área administrativa, permitiendo a la empresa estar siempre a la vanguardia en cuanto a nuevos procesos de gestión productiva y empresarial.

La empresa es consciente que el lugar de trabajo es considerado como segundo hogar y reconoce el compromiso y dedicación de todos sus colaboradores, entregando incentivos adicionales a los exigidos por la legislación boliviana. Así también en el transcurso del año se cuenta con premiaciones, festejos y actividades orientados al reconocimiento, confraternización y camaradería entre los compañeros de trabajo.

Sofía Ltda implementa estudios de clima organizacional cuyos resultados son la base para efectuar un plan de acciones que mantiene las fortalezas y que trabajan las áreas de mejora. Esta dedicación al clima organizacional llevó al reconocimiento de Sofía Ltda como la primera empresa del rubro de alimentos como Empleador Líder de la gestión 2020 por Human Value.

La solidaridad es uno de los valores enraizado en la empresa y se traduce en una cooperación activa, voluntaria y oportuna con el acontecer de la comunidad y de sus colaboradores. Anualmente la empresa apoya a nivel nacional a instituciones dedicadas a proteger a los grupos vulnerables como niños, adolescentes y adultos de la tercera edad, además participa en causas de ayuda humanitaria. Bajo este valor Sofía Ltda también forma parte de "Semilla Capital", la alianza con otras seis empresas que donaron una canasta de distintos productos para que 1600 negocios afectados por la cuarentena no cierren y puedan volver a funcionar.

Durante la gestión 2020, la empresa Sofía Ltda fue reconocida públicamente por distintas instituciones por la solidaridad brindada a nivel nacional durante los meses cuarentena, dando apoyo a varias instituciones, fundaciones, hogares, iglesias, grupos voluntarios, juntas vecinales y personal que se encontraba en primera línea, llegando con alimento rico en proteínas a las familias más necesitadas, y con alimento para mascotas (Podium) para colaborar a varios refugios de animales. ■

MÁS DE 390.000 PERSONAS BENEFICIADAS CON PROGRAMAS DE EDUCACIÓN VIRTUAL Y PRESENCIAL

Tigo, Telefónica Celular de Bolivia S.A. (Telecel S.A.) es una filial del grupo empresarial Millicom, proveedor líder de servicios de cable y móviles dedicado a mercados emergentes en América Latina. Su misión es construir autopistas digitales, que conectan personas, mejoran vidas y desarrollan nuestras comunidades. Tigo reafirma su compromiso con la educación este 2021, impulsando distintos proyectos enfocados en democratizar el acceso a la tecnología digital en toda Bolivia.

Tigo continúa su apuesta por la teleeducación, tras grandes logros durante el periodo de cuarentena, a la fecha ha logrado llegar a más de 390.000 personas, de forma directa, mediante diferentes programas de capacitación. De esta manera, se ha beneficiado a mujeres, profesores, niños, adolescentes del país.

MAESTR@S CONECTAD@S

Es un esfuerzo de capacitación virtual que inició en abril de 2020 en respuesta a la suspensión de actividades presenciales en los colegios. El programa fue creado en Bolivia y está siendo replicado en otros países como Nicaragua, Guatemala y Paraguay. Hasta el momento más de 144.000 maestros han sido certificados en técnicas de educación en línea y habilidades blandas. En este nuevo año escolar digital, Maestr@s Conectad@s seguirá capacitando en los siguientes temas: Protocolo de seguridad en el aula después de la pandemia, Moodle I y II, Los miedos post pandemia, Cerebro social post pandemia, Zoom avanzado, Google Classroom avanzado, Gimnasia Cerebral, Inteligencia emocional, Atención plena en cuarentena, Google meet, Herramientas de almacenamiento, Apps para la educación, La nueva comunicación digital II.

MUJERES CONECTAD@S

Se lleva a cabo junto con la Institución financiera de desarrollo Crecer IFD. Desde que comenzó el programa se ha alcanzado a más de 239.000 mujeres que aprendieron el uso de internet, billetera móvil, redes sociales y aplicaciones educativas y de negocio, esto para empoderarlas y potenciar sus emprendimientos. Este año se continuará con las capacitaciones virtuales básicas en tecnologías, liderazgo, emprendimientos y finanzas.

ENSEÑANZA EN HABILIDADES DIGITALES (STEAM)

Es el nuevo programa de educación de Tigo Bolivia enfocado en Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Artes y Matemáticas (STEAM) pensado para colegios. Se trata de brindar capacitación virtual a profesores de materias de computación, técnica tecnológica y matemáticas. Durante el 2020 se logró capacitar a un total de 206 profesores en estas áreas y este 2021 se va a comenzar la capacitación a estudiantes en colegios.

CONÉCTATE SEGUR@

Busca proteger, orientar, inspirar y empoderar en el uso seguro y responsable del internet, a través de brindar criterios claros y herramientas útiles a padres, profesores, niños y adolescentes para la protección de la niñez *online*. Hasta el momento se ha logrado llegar con el programa a más de 13.000 niños y adolescentes.

ACCIÓN TIGO-VOLUNTARIOS DIGITALES

En 2021 se lanzará el proyecto de Voluntarios Digitales donde personal de Tigo apoyará en la implementación de los programas de enseñanza virtual de Tigo.

EDUCATIGO

Este año Tigo lanzará un nuevo canal de televisión educativo con programación dedicada en su servicio de TV por Cable. ■

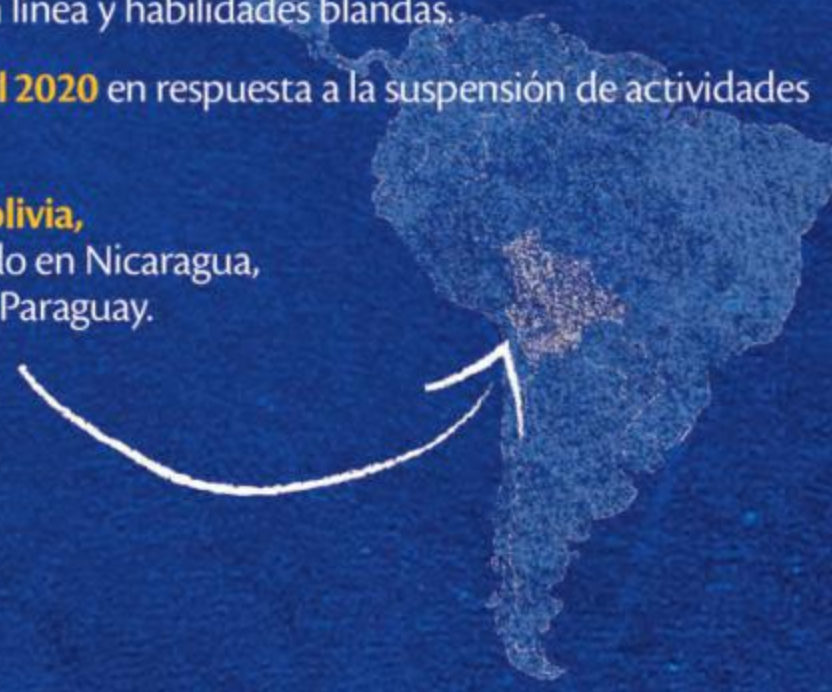
tigo PRESENTE
en la educación virtual del país

A través de nuestros programas de ***Responsabilidad Corporativa.***

MAESTR@S CONECTAD@S

MÁS DE 144.000
MAESTROS CERTIFICADOS

- Programa de capacitación virtual para profesores en técnicas de educación en línea y habilidades blandas.
- Inició en **abril 2020** en respuesta a la suspensión de actividades en colegios.
- **Creado en Bolivia,** se ha replicado en Nicaragua, Guatemala y Paraguay.



CONECTADAS

239.000 MUJERES
capacitadas en el uso de la tecnología.

CONECTATE SEGUR@

13.267 NIÑOS Y ADOLESCENTES
1.026 MAESTROS
capacitados sobre el buen uso de las tecnologías.

Enseñ@nza en Habilidades Digitales

206 PROFESORES
capacitados de manera virtual.

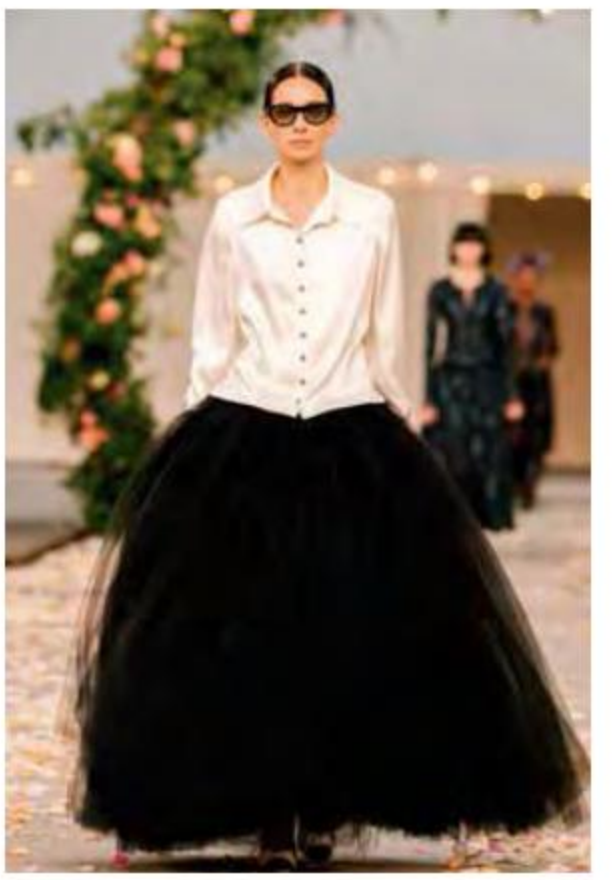
tigo

CHANEL

COLECCIÓN HAUTE COUTURE PRIMAVERA-VERANO 2021

Los eventos más esperados en el mundo de la moda y la alta costura son, definitivamente, los desfiles de CHANEL. La creatividad de Virginie Viard y la esencia de la fundadora de la marca, Gabrielle Chanel, se traducen en elegantes espectáculos que marcan tendencias alrededor del mundo. Gracias a CHANEL, COSAS te trae los detalles y looks más emblemáticos de la reciente colección y desfile de alta costura primavera-verano 2021.

Para entender la esencia y la inspiración detrás de la colección, ¿qué puede ser más especial que escuchar, de primera mano, a la mente maestra detrás de todo? Se trata de Virginie Viard, la diseñadora y líder de la dirección creativa de Chanel. La casa de moda francesa trajo un icónico desfile realizado en los espacios del emblemático Grand Palais de París, que fue presenciado por las diferentes embajadoras de la maison. Adaptados a las circunstancias actuales, los invitados tuvieron la oportunidad de ser parte de una pasarela de diseños emblemáticos que fueron presentados uno a uno en un espectáculo de romance y elegancia.



"Sabía que no podíamos organizar un gran espectáculo, que tendríamos que inventar algo más, así que se me ocurrió la idea de un pequeño cortejo que bajaría las escaleras del Grand Palais y pasaría por debajo de arcos de flores. Como una celebración familiar, una boda…", dice Virginie Viard marcando el tono de la colección Haute Couture Primavera-Verano 2021.

Al momento de describir el ambiente que se creó en el Grand Palais, para enmarcar la nueva colección, la casa de moda francesa explicó que los salones fueron redecorados por Jacques Grange, quien se inspiró en el encanto femenino de los salones originales imaginados por Gabrielle Chanel. Al pie de la mítica escalera envuelta en espejos, "quería juntar a las modelos para fotos familiares, como las que se ven en los álbumes de fotos", continúa Virginie Viard, quien aseguró que le encantan las grandes reuniones familiares, "cuando todas las generaciones se unen. Es tan cálido. Hoy, este espíritu se encuentra en Chanel, porque también es como una familia".

Bajo este concepto se fotografió la colección en los salones de alta costura. El fotógrafo, cineasta y diseñador gráfico holandés Anton Corbijn capturó las creaciones de la casa de moda al estilo de los retratos familiares, además de dirigir la película del adelanto de la colección.

La idea de baile, de libertad y de veladas veraniegas se materializa en las diferentes prendas. Los 32 looks que componen la colección destacan por los delicados detalles, característicos de Chanel, la elegancia y el movimiento expresados en faldas, zapatos o botines de taco —que usan los bailarines de tango—, vestidos, pantalones y chaquetas que combinan las esencias de lo femenino y masculino en una armonía perfecta. "Siempre estoy pensando en lo que a las mujeres les gustaría tener en su guardarropa hoy en día", concluye Virginie Viard.■

HUANTARO

FRAME · YOURSELF

HUANTARO TE DA EL ESTILO EL BRILLO LO PONES TÚ

VISÍTANOS

La Paz Av. Costanera # 150 Esq. Calle 2 de los Pinos Edificio Leyenda **PB Local 1**

Cbba. Av. América Esq. Pantaleón Dalence #488, Edificio Paseo Aranjuez, **Local 103**

Huantaro Huantaro_ 78963042 - 78773855 - 79665376

#MICAVACOSAS

GUSTAVO AÑEZ CASTEDO

1750, DESDE SAMAIPATA PARA EL MUNDO

Las finanzas y la banca no opacaron el sueño de un emprendedor, el de echar raíces en su tierra, sembrar vides a 1750 metros sobre el nivel del mar y producir un vino que lleva el nombre de Bolivia en alto. Gustavo Añez apostó por la industria vitivinícola en el valle de Samaipata en Santa Cruz y hoy, seguro de que se logrará una mayor producción, ve con satisfacción cómo una bodega boutique tiene actualmente presencia en restaurantes y tiendas de varios continentes y es reconocida por enólogos y conocedores del buen vino.

La pasión por los vinos. Hablemos de tu historia.

Mi pasión por los vinos viene por varios lados. Cuando hice un intercambio en el colegio, a mis 16 años, me fui a Christchurch, Nueva Zelanda, donde mi familia de intercambio tenía la costumbre de tomar vino blanco con la cena todos los días. Ellos me enseñaron a catar el vino y a disfrutar la experiencia sensorial de tomar un vino con los cinco sentidos.

Años más tarde, al entrar a una maestría muy competitiva en Europa, empecé a tomar vino de manera regular, siguiendo las costumbre de esa población de consumir vino básicamente en todas sus comidas; entonces fui profundizando el gusto que ya tenía y descubriendo sabores, cepas, estilos y mucho más.

Más adelante, me encontré con que en el Valle de Samaipata estaban inaugurando una bodega *boutique* y fui a conocerla, además de a los viñedos. En mi visita aprendí que la industria vitivinícola estuvo presente en los Valles Cruceños desde hace 400 años atrás y esta bodega era el renacimiento de una industria antigua. Esto profundizó mi pasión por el vino ya que, como buen cruceño, me da mucho orgullo todo lo que nuestra tierra bendita produce.

¿Cómo 1750 se convierte en parte de tu vida?

Después de mi maestría me fui a trabajar al Banco Interamericano de Desarrollo en Washington DC, donde tuve el placer de conocer a Francisco Roig Justiniano, quien fue mi primer jefe y, en una grata coincidencia, cruceño y encima uno de los fundadores de Vinos 1750 junto con su mejor amigo Peregrín Ortiz Mercado.

Con Francisco desarrollamos una muy buena relación profesional durante mi tiempo en Washington y, al mismo tiempo, me convertí en "fan" de Vinos 1750 y del renacimiento de esta industria en los valles cruceños. Después de un par de años de amistad, ser colegas y también haber conocido, como voluntario, varios temas comerciales de Vinos 1750, me hice socio el año 2012. Desde ese entonces Vinos 1750 es parte de mi vida.

Del parral a la botella. ¿Cuál es el origen de cada cepa en 1750?

Tenemos plantas que son traídas de Francia, importadas específicamente para el tipo de terruño que tiene Samaipata. Previo a la importación hicimos estudios técnicos de suelo, clima y otros elementos técnicos que nos indicaban que el terruño tenía capacidad para cepas tales como Tannat, Syrah, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir y otras. Estas cepas asemejan mucho por características técnicas a la producción que hay en regiones de clima templado fresco en Francia, como el Valle del Loira, Borgoña, el norte del Ródano y algunas regiones del sudoeste francés. Estas características, junto con la altura, hacen de la colina de Uvairenda uno de los lugares más privilegiados para la vitivinicultura, no solo en nuestro país, sino también en todo el continente.

Gracias a estos elementos técnicos decidimos importar estas cepas y, al mismo tiempo —como Samaipata produce uvas hace más de 400 años—, rescatamos un par de cepas "criollas" como, por ejemplo, la Pedro Giménez: una variedad blanca que se encuentra en muchos patios de casas de los Valles Cruceños.

Esta simbiosis de cepas europeas y criollas está representada en el nombre de la Bodega, Uvairenda, que en Guaraní

quiere decir “lugar de la uva”, una palabra que representa perfectamente el mestizaje de nuestra cultura representado por la vid traída desde Europa hace mas de 400 años y las bondades del terruño local con nuestra raíces nativas.

Gustavo Añez y su bodega, ¿cómo equilibra el sueño de producir y comercializar vinos con su actividad profesional?

Vinos 1750 es parte de mi vida y me apasiona tanto como mi carrera en la industria de la banca y servicios financieros. Esta hace parte del valor agregado que traigo al equipo de Vinos 1750 y el hecho de tener una pasión por todo lo que hago permite que tenga un equilibro. Al mismo tiempo, en Vinos 1750 tenemos un gran equipo de trabajo, tanto en la parte agrícola y enológica como en la administrativa. De esta manera he podido desarrollar mis actividades de una manera equilibrada.

Los vinos bolivianos ¿una apuesta al futuro?

Definitivamente. Bolivia tiene un potencial inmenso en temas vitivinícolas. Estamos produciendo alrededor de 3000 hectáreas en toda Bolivia; sin embargo, hay un potencial para seguir creciendo hasta cerca de las 40 000 hectáreas.

Los vinos bolivianos están empezando a llamar la atención en todo el mundo. Hoy por hoy, una bodega con pequeña producción *boutique* como Vinos 1750 está en los mejores restaurantes, tiendas y supermercados de Estados Unidos, Francia, Alemania, Luxemburgo, Bélgica, Japón, Costa Rica y Chile. Lo cual te indica que la industria de vinos en Bolivia tiene un potencial tremendo y es una gran apuesta a una industria que está recién naciendo.

¿Cómo imagina la actividad vitivinícola de Samaipata y la Bodega 1750 a futuro?

La actividad vitivinícola tiene impactos socioeconómicos muy grandes en las poblaciones donde la industria se desarrolla. No solamente por la parte agrícola e industrial de producción de vinos como tal, sino también porque genera otras subindustrias satélites como, por ejemplo, el enoturismo.

Considerando esto, más que imaginarnos el futuro de la actividad vitivinícola de Samaipata, hace más de 15 años que la visualizamos y la construimos todos los días con trabajo duro y esfuerzo de todo el equipo.

Tenemos la visión de incentivar la inversión para incrementar la producción de uvas de manera de poder también ampliar los volúmenes de producción, de una manera prudente para mantener la alta calidad que hemos logrado. Por ejemplo, estamos constantemente buscando aliados estratégicos que quieran producir uvas. Al mismo tiempo, nos sentimos satisfechos de ver que nuevas bodegas se están sumando al sueño, produciendo vinos para que el valle de Samaipata se consolide como una zona productora de vinos de calidad y clase mundial. Hay un potencial de ser fácilmente una vitrina top para Bolivia, como lo es Napa para Estados Unidos o Borgoña para Francia. ■

¿UN MILLÓN DE AMIGOS?

Por Homero Carvalho Oliva.

La realidad virtual, que vivimos en las redes sociales, ha hecho posible el deseo de Roberto Carlos de tener un millón de amigos. En mi modesto caso, en el Facebook tengo cerca de cinco mil, en Twitter más de trece mil y en Instagram otro tanto. A diario interactúo con muchos de ellos y en ciertas ocasiones, en las que mis publicaciones han tenido efímeros éxitos, he llegado a tener varios centenares de comentarios y "me gusta".

Las redes me han permitido encontrar a viejos amigos y compañeros, ya sea de barrio, de colegio, de universidad y excolegas de trabajo con quienes no tenía contacto desde hacía muchos años; como también conocer a gente linda, entre ellos a escritores con los que luego he coincidido en encuentros literarios y festivales de poesía dentro y fuera del país. También me ha permitido conocer a compatriotas que viven en otros países y a personas de otras nacionalidades, con las que he desarrollado una amistad cibernética que se refuerza cada día. En las redes jóvenes escritores y personas que desean escribir o que están empezando a hacerlo me piden que los ayude con la edición de sus textos y/o a contactar editoriales para que les publiquen. Debo reconocer que, la mayoría, de los encuentros virtuales me satisfacen profundamente y me han ayudado a seguir creciendo y mejorando como ser humano.

En las redes hay de todo. Desde aquellos que pasan todo el día atacando al gobierno y a sus representantes, seguros de que lo van a desestabilizar y los que lo defienden a rajatabla defenestrando a los políticos de la oposición; respeto los comentarios políticos escritos con altura porque considero que contribuyen al debate, de manera honesta y sincera. También están los que, emputados con el mundo y sus alrededores, agreden a otros bajo cualquier pretexto buscando sus quince segundos de fama que nunca les llega, porque no se dan cuenta que su enojo es con ellos mismos; están los que comparten cadenas cristianas y fotos de personas desaparecidas; los que suben fotografías de sus mascotas. Los que promocionan los productos que venden; los que repiten sin misericordia sus mismos posts; los que suben caricaturas, paisajes o las tapas de sus libros en la foto del perfil. Y, también, los que usamos las redes para promocionar literatura, arte y cultura en general, así como compartir nuestros escritos, ensayos literarios y políticos, música, fotografías, pensamientos, cumpleaños, libros y otras "cosas peores", pero agradables como dicen mis hijos.

Si bien es cierto que cada quien es dueño de poner en su muro lo que le dé la gana, también tenemos el derecho de que en el nuestro entre lo que decidamos; podemos eliminar etiquetas, así como bloquear personas, porque la vida es demasiado corta para perder el tiempo y amargarse la vida con opiniones que destilan odio, mezquindad y envidia; hay tantos amigos para conversar, tanto libro bueno para leer, tanta música conmovedora para escuchar, tantas anécdotas y reflexiones para compartir, tanto paisaje para disfrutar, que sería imperdonable perder el tiempo en infamias. Mientras escribía esto escuchaba a Amy Winehouse que murió muy joven. ■

SUEÑO QUE EL MALDITO VIRUS SE VA POR DONDE LLEGÓ

Por Daniela Murialdo.

En uno de los truculentos cuentos del escritor uruguayo Horacio Quiroga, la protagonista comienza a desarrollar una enfermedad inexplicable que la lleva a la muerte. Días después del fallecimiento la sirvienta descubre que dentro del almohadón sobre el que dormía la difunta se ocultaba un pequeño animal que con paciencia le había estado carcomiendo la cabeza, restándole todas sus fuerzas y provocándole alucinaciones.

Luego de varios meses de tener los sueños más extraños, sin consumir LSD ni otras sustancias (juro), me poseyó la idea de que quizás haya escondida en mi almohada alguna de las cepas del coronavirus. Esos raros sueños comenzaron casualmente con su llegada a nuestro país. El virus, que aún no se anima a infectarme, se encarga cada noche de recordarme que está aquí, para enfermar y hasta matar. Y en ese su afán no pierde la oportunidad, además, de ridiculizarme en mis propios sueños, que encima debo contar para exorcizarlos.

Está pues comprobado que uno de los espacios que el Covid19 (me niego a feminizarlo) usa para burlarse, es el onírico. Desde su aparición masiva, el virus se las ingenia para exacerbar al inconsciente exaltando las preocupaciones. Ahora nuestras pesadillas versan sobre la falta de barbijos en reuniones masivas; cuarentenas vividas con extraños; estrujones de manos habiendo olvidado en casa (¡ay!) el alcohol en gel; o lo más terrorífico: cariñosos abrazos que algún imprudente, aunque muy querido, nos da.

Hace unos días soñé que me designaban presidenta del Senado. Pero la pesadilla no terminaba ahí. Cuando me llamaban a prestar el juramento, advertía que llevaba puesto uno de los buzos deportivos con el que he transcurrido gran parte del encierro.

Freud decía que los sueños son una realización alucinatoria de los deseos. A eso yo agregaría que también son una magnificación abusiva de los temores. El inconsciente se guarda para sí esos deseos y temores y nos los revela mientras dormimos. Claramente no deseo ser, ni postularé (juro, también) a presidenta del Senado, pero sí temo salir en televisión con un atuendo que, a estas alturas, ya podría presumir de ser pijama.

Desde siempre recuerdo lo que sueño (retengo por lo menos uno de los diez o doce sueños que todos tenemos aunque creamos que no hemos soñado nada). Luego me paso el día interpretando la presencia de extraños o las vivencias en lugares ajenos. Sé, eso sí, que sus símbolos no son los que aparecen como en el zodiaco, al lado de la cartelera del cine de algún anacrónico periódico impreso. Que si sueño que se me caen los dientes no significa que recibiré dinero o que morirá una tía. Y que es posible, más bien, que esté sintiendo algún desarraigo emocional.

Cuando mi hermana menor tenía cuatro años, la llevaron con el psicólogo porque soñaba a menudo con arañas diminutas. Los arácnidos suelen ser temerarios e invasivos aunque sean pequeños. El diagnóstico llegó pronto. Esas arañitas no simbolizaban -como alguien pensaría- a nuestra madre (pues no eran grandes ni soberanas). Esas arañitas representaban a su hermana. O sea, a mí. Que con tres años más, un aire perennemente maternal, y nada de autoridad, la he debido amenazar indeliberada o tal vez deliberadamente, con imposiciones propias de quien debe demostrar que lleva más tiempo en este mundo. Solo espero que ahora ella sueñe con coloridas mariposas.

Es probable que en tiempos de tormentas como el actual, haya que poner más atención a nuestros sueños y a su singular simbología. Intentemos por eso interpretarlos desde nuestros temores o deseos. Oigamos a nuestro discreto inconsciente. Si como yo, descubren que un bicho oculto en su almohada juega con su cabeza en las noches, con el solo ánimo de ponerlos inseguros, háganle saber que esta pandemia llegará a su fin, que seguirán cuidándose y cuidando a los suyos y que bien puede irse por donde llegó. ■

Demi Moore

LA POLÉMICA DE LOS RETOQUES ESTÉTICOS

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock.

La actriz Demi Moore es, definitivamente, una de las estrellas más icónicas de las últimas décadas. Conquistó a millones con su talento actoral así como con su gran estilo en las alfombras rojas. Gracias a las redes sociales, hemos podido seguir los momentos más importantes de su vida, como su relación y divorcio del actor Bruce Willis —con quien compartió gran parte del encierro por la pandemia—, y los años de matrimonio con Ashton Kutcher, aquellos que finalizaron amargamente. Gracias a la autobiografía de la actriz, Inside Out, se dieron a conocer más detalles de estos instantes, lo que ocasionó mucha controversia respecto a la separación. Sin embargo, el hecho más reciente que la involucra y ha dado mucho de qué hablar es su última aparición en público; muchos aseguran que la actriz se mostró irreconocible por diferentes arreglos estéticos que se hizo en el rostro. Conoce más de esta situación y sus repercusiones a continuación.

La actriz Demi Moore llegó a convertirse en una de las mujeres mejor pagadas de Hollywood y a ser parte de grandes producciones en las que demostró sus innegables dotes artísticas. Durante esos años, no solo se la reconoció por su trabajo profesional: el público siguió con interés los detalles de su vida privada, desde el inicio y fin de sus matrimonios, la llegada de sus tres hijas, los excesos confesados y, recientemente, el tiempo que pasó en cuarentena junto a su exesposo y padre de Rumer, Scout y Tallulah. En cuanto a su trabajo como actriz, la última película en la que participó fue estrenada en 2019, *Corporate Animals*, comedia en la que interpretó el rol de Lucy, presidenta de una empresa a través de la que se plantea una crítica de las relaciones entre jefes y empleados mediadas por el abuso. El mismo año publicó su autobiografía, aquella que reveló mucho sobre su vida personal, la tensa relación con sus hijas, los motivos detrás de su divorcio e, incluso, detalles de su adicción al alcohol y a las drogas. Es en *Inside Out* que se llega a conocer esta faceta de la premiada actriz.

Desde esa fecha se escuchó poco de Demi Moore, hasta su reciente participación en el desfile de alta costura de la marca Fendi, donde abrió la pasarela como estrella invitada, sorprendiendo con su paso de usual espectadora de la moda a modelo, en un ambiente familiar e inclusivo, como ella misma lo definiría más tarde.

Demi Moore, como todos la recordamos, posando para las cámaras el 2007 en Hollywood.

LA POLÉMICA DE LOS RETOQUES ESTÉTICOS

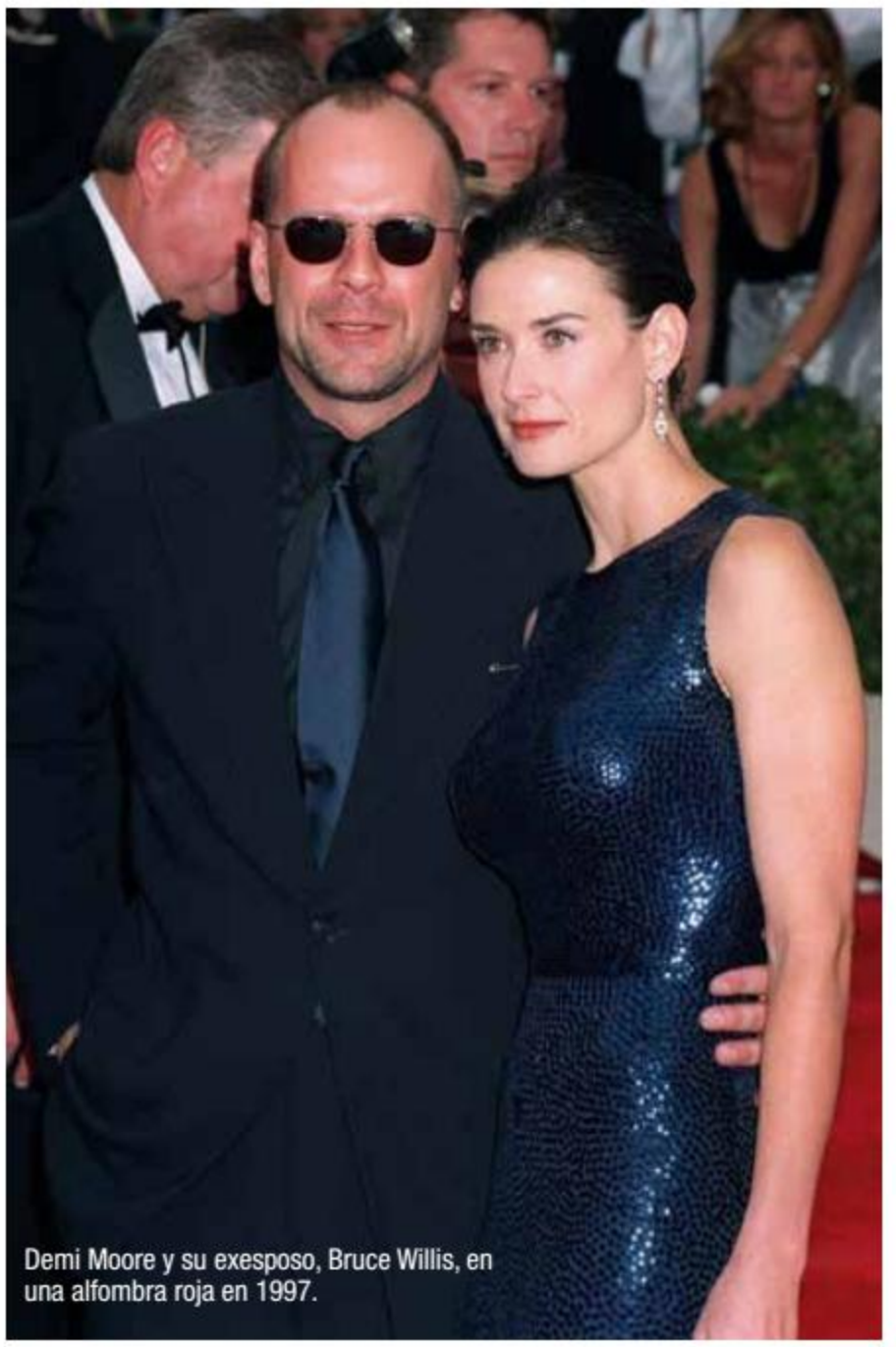
Así, Demi Moore fue parte del elenco de modelos que presentó la colección primavera-verano 2021 de alta costura de Kim Jones, en su primer desfile como diseñador creativo para Fendi. El desfile *Fashion Film* también contó con la participación de estrellas como Bella Hadid, Naomi Campbell, Cara Delevigne, Kate Moss y su hija Lila. A uno de los eventos más esperados por todos los *fashionistas* se sumó un intercambio de pareceres alrededor del rostro de Moore.

Y es que, la estrella de *Striptease* se ha mostrado con una expresión diferente en su aparición en las pasarelas. Moore, de 58 años, quien en el pasado había comentado su oposición respecto de las cirugías, parece haber sucumbido ante la búsqueda de la eterna juventud. Actrices como Melanie Griffith, Uma Thurman y Renée Zellweger son algunas de las estrellas que también recurrieron al bisturí.

Demi ahora se muestra con un *look* completamente distinto al que le recordamos en papeles como *Ghost*, caracterizado por su belleza natural y frescura. En el evento de la Semana de la Moda en París lucía una piel impecable, un frente sin arrugas, la nariz claramente más redonda y, por sobre todo, los pómulos acentuados y boca han cambiado la expresión de su cara.

A pesar de las críticas poco favorables en redes sociales —además de reflexiones acerca del peso de la imagen que culturalmente soportan las mujeres—, Moore se mostró muy contenta por la experiencia. "Cumpliendo un sueño adolescente... ¡Gracias Kim Jones por invitarme a abrir el show de Fendi SS21. ¡Felicidades por un debut tan hermoso y mágico!", escribió.

Así, en una noche donde se mostraron billeteras que cuestan unos $370 mil y un llavero de piel por unos $500 mil, Demi Moore logró robarse el *spotlight*. ■



Demi Moore y su exesposo, Bruce Willis, en una alfombra roja en 1997.

Demi Moore desfilando para Fendi para la colección primavera-verano 2021.

Farmacorp

CRISTALES SENSACIONALES

BELLAGIO Cristal de Bohemia

¡A JUNTAR STICKERS!

AUTORIDAD DE FISCALIZACIÓN DEL JUEGO
JUEGO JUSTO, LEGAL Y TRANSPARENTE
Actividad Autorizada y Fiscalizada por la Autoridad de Juegos.

La presente promoción empresarial tendrá vigencia a partir de la Notificación de la Resolución Administrativa de la Autoridad del Juego hasta el 21 de febrero del 2021.

Términos y Condiciones: Promoción exclusiva para clientes que realicen sus compras en las Sucursales de Farmacorp, Dr. Osvaldo o AMARKET que estén afiliados a FARMACLUB. Por cada Bs 40 de compra el cliente recibe 1 sticker. Por cada Bs 10 de compra de productos auspiciantes recibe 1 sticker adicional. Si pagas con la tarjeta Tengo, por cada Bs 40 de compra, recibe 1 sticker adicional. Si pagas con tu tarjeta del Banco Ganadero Débito o Crédito, por cada Bs 40 recibes 1 sticker adicional. Fecha de Inicio de la Promoción Empresarial: a partir de la Notificación de la Resolución de Autorización emitida por la Autoridad del Juego hasta el 21 de febrero del 2021. Fotos meramente ilustrativas. Para mayor información www.farmacorp.com

Programa Becas

Esta entidad es supervisada por ASFI

Al abrir tu cuenta, la oportunidad también se abre para un joven_

Cuando abres una cuenta, el Banco hará una donación* a la Fundación "Puedes Creer". Juntos podemos dar nuevas oportunidades para que más jóvenes puedan estudiar en la unversidad.

*Por cada cuenta abierta entre el 21/12/2020 y el 28/02/2021, y con un monto mínimo de saldo de Bs 500 a fin de mes, el BMSC hará un aporte de Bs 50 a Puedes Creer – Fundación Mercantil Santa Cruz, para el Programa Becas.

Visita: **www.bmsc.com.bo**

Banco Mercantil Santa Cruz S.A.

Mercantil Santa Cruz

Puedes.